

YRITTÄJYYS TAITEILIJAN TYÖVÄLINEENÄ

mediataideyritykset Suomessa 2015–2018

Leena Närekangas
Pro gradu -tutkielma 2019
MA New Media Design and Production
Medianlaitos, Aalto-yliopisto
Ohjaajat: Krista Kosonen, Matti Niinimäki
Valvoja: Markku Reunanen

Tiivistelmä

Mediataiteen kehitys on ollut suotuisaa Suomessa jo jonkin aikaa, mm. uudet, halvemmat teknologiat ovat tuoneet alalle lisää tekijöitä. Mediataiteen tunnettavuus ja näkyvyys ovat kasvaneet. Tästä huolimatta mediataide on marginaalissa suomalaisella taidekentällä. Alan tuotantokulttuuri ei ole kehittynyt toivotunlaisesti. Mediataiteilijat ovat lähes poikkeuksetta pakotettuja tuottamaan teoksensa itse ja toimivat usein alimitoitetuin resurssein.

Mediataidetta tuottavia tuotantoyhtiöitä arvioidaan olevan Suomessa n. 30-40. Suurin osa tekijöistä toimii vapaina taiteilijoina. Tietoa näistä yrityksistä on aiemmin kerätty jonkin verran, ei kuitenkaan kattavasti. Tämän tutkielman tavoite on tehdä selvitys alalla toimivista yrityksistä, tutkia miten yrittäjät selviävät nykyisessä tuotantokulttuurissa, joka ei juurikaan tarjoa näille edellytyksiä kehittyä ja vahvistaa toimintaansa.

Tutkimusmenetelminä käytän yrittäjille suunnattua verkkokyselyä, jonka kohderyhmän olen rajannut taiteilija-yrittäjiin, jotka ovat saaneet yrityksille suunnattua tuotantotukea Audiovisuaalisen alan edistämiskeskus AVEKista tammi-kuun 2015 ja heinäkuun 2018 välisenä aikana. Verkkokyselyn tuloksia syvennän asiantuntija-haastatteluille, joiden kautta tuon esille tekijöiden oman äänen selvemmin. Käytän työssä myös kirjallista lähdeaineistoa mm. yrittäjyystutkimuksesta ja Luovasta taloudesta.

Tutkielmani nostaa esille mediataiteilijoiden yrittäjyyteen liittyviä keskeisiä tekijöitä, joilla on selvä vaikutus alan tuotantokulttuuriin.

Avainsanat: mediataide, yrittäjyys, luova talous, taidetuotanto

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO – MEDIATAITEEN OLEMUS JA TEKIJÄT

- 1.1. Mistä tunnistaa mediataiteen?
- 1.2. Mediataiteilijat Suomessa: tekijät lukuina
- 1.3. Mediataiteen koulutus
- 1.4. Mediataiteen arvoverkko: ideasta näyttelyn kautta arkistoon
- 1.5. Tausta: mediataiteen paradoksi
- 1.6. Tarve: luova hulluus näkyviin
- 1.7. Tutkimuskysymykset
- 1.8. Tutkielman rakenne

2. TUTKIELMAN TEON POLKU JA KERÄTYN AINEISTON KÄSITTELY

3. AINEISTON TULOKSET - MEDIATAIDEYRITTÄJÄT SUOMESSA

- 3.1. Perustiedot
- 3.2. Taideyrittäjyys – pakon sanelemaa vai valinta?
- 3.3. Mediataiteilijoiden liiketoimintaosaaminen ja koulutuksen tarve
- 3.4. Teosten verkostotuottaminen ja tuottajien tarve
- 3.5. Taidetuotannot
- 3.6. Teosten kotimainen rahoitus
- 3.7. Tutkimus, kehittäminen ja innovaatiotoiminta
 - 3.7.1. Yhteistyö oppilaitosten, korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa
 - 3.7.2. Yhteistyö yritysten kanssa

4. LOPUKSI

- 4.1. Yhteenveto
- 4.2. Pohdinta

Liitteet

Lähdeluettelo

1. JOHDANTO - MEDIATAITEEN OLEMUS JA TEKIJÄT

Tässä luvussa määrittelen tutkielmassa käytettävän termin mediataide sekä pyrin antamaan holistisen kuvan suomalaisesta mediataidekentästä ja sen toimijoista. Avaan myös tutkimuksen taustaa, esitän tutkimuskysymykset ja esittelen tutkielman rakenteen.

1.1 Mistä tunnistaa mediataiteen?

Mediataiteen määrittelyn vaikeudesta ovat monet olleet yhtä mieltä. Sana mediataide pake-
nee määritelmiä sitä mukaa kun uusia teknologioita syntyy ja ihmisten suhde mediaan muut-
tuu. Teknologiaa hyödyntävänä taiteenlajina sen alkumetreit voidaan määrittää esimerkiksi
1800-luvulle toiseen teolliseen vallankumoukseen, kuten kriitikko ja elokuvantekijä Michael
Rush kirjassaan *New Media in Late 20th-Century Art* tuo esille ¹. Samalla Rush toteaa lineaar-
isen aikajanan rakentamisen mediataiteelle olevan mahdotonta, sillä ”mediataiteen histo-
rian kirjoitus on vielä kesken... Emme ainoastaan elä keskellä sen tarinaa, vaan se alkoi ja jat-
kuu erilaisten taiteilijoiden samanaikaisesti tapahtuvissa tuotannoissa ympäri maailmaa.”.
Wikipedian mukaan Media Art History -termi toimii ”sateenvarjona” taiteelle, joka hyödyn-
tää uusia ja tulevia teknologioita, joiden alkuperä on tieteessä, puolustusvoimissa tai teolli-
suudessa ².

Suomalaisen mediataiteen ensiaskeleet otettiin 1970-luvun alussa, jolloin keksijä Erkki
Kurenniemi loi ensimmäiset interaktiiviset musiikki-instrumenttinsa, muun muassa DIMI-O-
nimisen soittimen. Kurenniemen töiden on nähty edeltävän interaktiivisia installaatioita ja
performanssitaidetta. ³ Teokset olivat vuosia edellä aikaansa, sillä vasta 80-luvun jälkipuolis-
ko toi videotaitteen - mediataiteen lajeista ensimmäisen - laajemmin esille Suomessa ⁴.

Nykytaiteen asiantuntijaorganisaatio Framen kesäkuussa 2018 julkaisema, tuorein selvitys
suomalaisesta mediataiteesta, Uuden etsijä, rajojen rikkoja – selvitys suomalaisen mediatai-
teen menestyksen edellytyksistä paljastaa yli neljäkymmentä vuotta Kurenniemen DIMI-O-
soittimen esittelyn jälkeen, että määre on edelleen karkuteillä: ”Suhteessa perinteisiin taiteen
lajeihin on haastavaa määritellä, tulisiko mediataide käsittää omaksi itsenäiseksi taidemuodokseen vai
eri taiteiden hybridiksi, johdannaiseksi, alalajiksi tai välimuodoksi.” ⁵.

Termin monimuotoisuutta kuvaa hyvin myös taidehistorioitsija ja mediatutkija Sandra
Fauconnierin vuonna 2016 esittelemä luokittelu käsitteistä, jotka voidaan liittää mediatai-
teeseen 2010-luvulla.

¹ Rush 1999, 9

² Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Media_art_history#cite_ref-9 (luettu 20.7.2018)

³ Krysa et al. 2015; Tarkka & Mäkelä 2002, 10

⁴ Tarkka & Mäkelä 2002, 10

⁵ Muikku 2018, 9

Mediataiteeseen liitettävät käsitteet ⁶:

Aesthetic of the digital
Art and cinematography
Artificial intelligence, intelligent agent
Artificial life
Bodies, surrogates, emergent systems
Body and identity
Charged environments
Coded form and electronic production
Cyborg bodies
Databases, data visualization, mapping
Gaming
Generative tools
Mapping and text
Social networking
Sound and image
Tactical media, activism, hacktivism
Technologies of the future
Telepresence, telematics, telerobotics
Text and narrative environments
Virtual Worlds
Mobile and locative media
Motion, duration, illumination
Network, surveillance, culture jamming
Photo/byte
Public sphere
Simulation and simulacra

Muodon ja käytettävän teknologian sijaan aihetta on selkeämpää lähestyä sen motiiveista, joista yksi tärkeimmistä on tutkia ihmisten suhdetta mediaan, medialukutaitoa, sekä etsiä teknologisoituneessa yhteiskunnassa uusia ilmaisunmuotoja ja kommentoida teknologian yhteiskunnallista kontekstia ⁷. Mediataiteilija Susanna Ruotsalainen kuvaa mediataidetta näin:

"Toisten luomien esitysten kokemuksellinen – ja usein myös kriittinen – tulkinta on merkittävä osa mediataidetta, joten sisällöntuottaminen on olennainen osa tapahtuvaa vuorovaikutusta. Perinteinen jako tuottajaan ja tulkitsijaan (kuluttajaan) ei ole enää riittävä, vaan kaikki ovat sekä sisällöntuottajia että -tulkitsijoita ⁹."

⁶ Kuraattori Perttu Rastas esitteli taidehistorioitsija Fauconnierin mediataiteen alalajien luokittelun Tilallisen ja tapahtumallisen mediataiteen dokumentaatio -seminaarissa Kiasmassa toukokuussa 2016. <https://vimeo.com/174336681> (Transformation Digital Arts -symposiumissa (LIMA))

⁷ Ruotsalainen 2018: <http://voima.fi/blogikirjoitus/2018/mediataide-lyo-saroja-median-pintaan/> (Luettu 20.8.2018); Tarkka & Mäkelä 2002, 9

⁸ Ruotsalainen 2018

⁹ Muikku 2018, 11; Mäkelä & Tarkka 2002, 9

Mediataiteen perimmäistä luonnetta, muutosta, voidaan pitää myös sen vahvuutena, vaikka se samaan aikaan on vaikeuttanut taidelajin aseman vakiintumista taidekentällä ja kestävien rakenteiden syntymistä alalle. Selkeiden määreiden ja mittareiden puuttuminen on tehnyt siitä vaikeasti hahmotettavan. Tämä on aiheuttanut muun muassa sen, että viranomaisten ja kulttuuripoliittisten päättäjien on ollut vaikea saada otetta taidemuodosta, jolloin se on jäänyt vähemmälle huomiolle muun muassa rahoitusta jaettaessa⁹. Samaan aikaan Suomen kansainvälisesti menestyneimmät taiteilijat tulevat mediataiteen, erityisesti videotaiteen puolelta¹⁰. Käyn tarkemmin läpi esimerkkejä mediataiteilijoiden saavutuksista luvussa Taust: mediataiteen paradoksi.

Mediataiteen ja sen kentällä toimivien suhde perinteiseen taidekenttään on myös ristiriitainen; yhtäältä mediataide pyrkii lisäämään tunnettavuutta ja vakiinnuttamaan asemansa taidekentällä, toisaalta se haluaa rikkoa perinteitä pyrkien alati löytämään uusia malleja toteuttaa teoksia ja myös uusia areenoita töiden esittelyyn.

Ruotsalaisen näkemyksen mukaan tämä on kuitenkin merkityksellistä:

”...haastaessaan taidemaailman konventioita mahdollisuudet teosten esittämiseen institutionaalisen taidemaailman foorumeilla voivat kaventua. Vallitsevasta ajattelukulttuurista ja ehdollistuneesta kokemuksesta vapautuminen voi kuitenkin olla perustelu mediataiteen keskeisemmälle roolille kollektiivisessa mediakuvastossamme.”¹¹

1.2. Mediataiteilijat Suomessa: tekijät lukuina

Mediataiteilijoiden määrän on arvioitu olevan tasaisessa kasvussa Suomessa. Vuonna 2002 ammattimaisesti mediataidetta harjoittavia taiteilijoita arvioitiin olevan noin 70–100¹². Vuonna 2008 tehdyn kyselyn perusteella järjestäytyneitä mediataiteilijoita oli jo noin 350, jolloin kasvua edellisestä arviosta oli 250–400 %¹³. Lähes kymmenen vuotta myöhemmin arvioitu määrä on vähintään 500 taiteilijaa. Uuden etsijä, rajojen rikkoja – selvityksen laatijan Juha Muikun mukaan syynä kasvuun ovat teknologian halpeneminen ja nuoremman sukupolven mutkaton suhde uusiin teknologioihin.¹⁴ Vaikka muutos on suurempi kuin taiteessa yleensä, mediataiteilijoiden osuuden arvioidaan olevan alle 1 % kaikkien alojen taiteilijoista¹⁵.

Mediataidetta käsittelevissä selvityksissä ja raporteissa tuodaan esille usein vaikeus esittää tarkkoja lukuja tekijöiden määrästä, koska mediataide nähdään vain yhtenä monista taiteenmuodoista, joita kuvataiteilijat hyödyntävät. Luvut eivät myöskään huomioi teosten työryhmiin kuuluvia henkilöitä, kuten teknisiä osaajia, joita ovat esimerkiksi luovat koodaajat tai alaa opiskelevat. Taiteen tekijät voivat toimia laaja-alaisesti ja monella kentällä yhtä ai-

10 Muikku 2018, 18; Mäkelä 2009, 34; Mäkelä & Tarkka 2002, 7

11 Ruotsalainen 2018: <http://voima.fi/blogikirjoitus/2018/mediataide-lyo-saroja-median-pintaan/> (Luettu 20.8.2018)

12 Mäkelä & Tarkka 2002, 20. Arvio perustuu lukuihin, jotka on saatu yhdistelemällä AVEKin ja Mediataidejaoston tuen saajia kolmen vuoden ajalta ja vertaamalla lukua alan yhdistysten jäsenlistoihin ja julkaistuihin teoksiin

13 Mäkelä 2009, 32

14 Muikku 2018, 14.

15 RensuJeff 2015 [2010], 30

kaa, kuten esim. taiteen, designin ja teknologiakehityksen eri sektoreilla.¹⁶ Tekijät eivät aina määrittele itseään taiteilijoiksi, eivätkä he myöskään osallistu taiteen sisäiseen keskusteluun vaan ”...toimintaa motivoivat entistä useammin populaarikulttuurin, kansalaisaktiivisuuden, tai ohjelmointiala-kulttuurien teemat ja tavoitteet.”¹⁷ Onko edellä kuvattu tilanne syntynyt, koska mediataiteen tukirakenteet ovat Suomessa heikot, vai ovatko rakenteet jääneet heikoiksi toimijoiden hybridinomaisen identiteetin vuoksi?

Se mitä mediataiteilijoista tiedetään, on sukupuolijakauma, joka on tasainen; miehiä ja naisia on suurin piirtein yhtä paljon¹⁸. Tämä noudattaa taiteen kentällä yleistä linjaa, esimerkiksi vuonna 2010 naisten osuus taiteilijoista oli 54 %. Suurin ikäryhmä ovat alle 35-vuotiaat nuoret taiteilijat (43 %), seuraavaksi suurimpana ryhmänä 36–44-vuotiaat (23 %), kolmanneksi suurimpana ikäryhmänä ovat 45–54-vuotiaat (21 %). Verrattaessa näitä lukuja kaikkien taiteen alojen yhteisarvoihin, on mediataiteen kentän tekijät verrattain nuoria. Tosin tässä kohtaa täytyy huomioda, että luvut perustuvat Taiteen edistämiskeskuksen julkaisemaan tilastoon vuodelta 2010, jossa mediataide niputettiin yhteen sirkus- ja performanssitaiteen kanssa termin ”muu taide” alle, joten se on vain suuntaa antava.¹⁹

Vuonna 2009 pelkästään mediataiteesta saatavilla tuloilla eli korkeintaan 4 % taiteilijoista. Mediataiteilijan toimeentulo koostui lähinnä muista töistä, kuten opetustöistä tai ohjelmoinnista koostuvista tuloista. Mediataiteilijoista yli 20.000 € ansaitsevien osuus on ollut nousussa, vuonna 2002 heitä oli yhdeksän prosenttia. Kuusi vuotta myöhemmin osuus oli noussut 17 prosenttiin. Myös yli 10.000 € ansaitsevien määrä nousi samana aikana 25 prosentista 34 prosenttiin.²⁰ Vuoden 2009 jälkeen mediataiteilijoiden tulonmuodostusta ei ole tutkittu kvantitatiivisesti.

1.3. Meditaiteen koulutus

Alan korkeakoulutusta tarjoavat tällä hetkellä muun muassa Aalto-yliopiston Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun Media Lab sekä Lapin yliopiston Audiovisuaalisen mediakulttuurin koulutusohjelma. Myös Kuvataideakatemia ja Teatterikorkeakoulun Valo- ja äänisuunnittelun koulutusohjelma antavat valmiuksia toimia mediataiteilijana. Edellä mainittujen lisäksi mediataiteesta löytyy verrattain uusia, opistotasoisia kursseja alasta kiinnostuneille, muun muassa Nokialla sijaitseva Pirkan opisto sekä Kauhajoen evankelisen opiston Mediataide – Pelivisio -ohjelma antavat taiteen perusopetusta. Uudet ohjelmat kertovat kiinnostuksen kasvusta mediataidetta kohtaan.²¹

¹⁶ Katso: Mäkelä & Tarkka 2002; Mäkelä 2009; Muikku 2018

¹⁷ Tarkka & Mäkelä 2002, 14

¹⁸ Mäkelä 2009, 32

¹⁹ RensuJeff 2015 [2010], 33. Luvut perustuvat Taiteen edistämiskeskuksen julkaisemaan Taiteilijan asema 2010 -selvitykseen, jossa mediataide on niputettu.

²⁰ Mäkelä 2009, 32–33

²¹ Kts. Aalto-yliopiston Media Lab: <https://www.aalto.fi/aalto-media-lab>, Lapin yliopiston Audiovisuaalinen mediakulttuuri: <https://www.ulapland.fi/FI/Yksikot/Taiteiden-tiedekunta/Opinnot/Audiovisuaalinen-mediakulttuuri>, Pirkan opisto: <https://www.pirkanopisto.fi/kuvataidekoulu/mediataiteen-perusopetus/>, <http://www.keo.fi/taide-ja-kulttuuri/mediataide-pelivisio>

1.4. Mediataiteen arvoverkko: ideasta näyttelyn kautta arkistoon

Uuden etsijä, rajojen rikkoja -selvityksessä esitettiin keväällä 2018 mediataidekentän arvoverkko (Kuva 1), joka esittelee mediataidekentän eri toimijaryhmät ja näiden väliset suhteet. Malli näyttää teoksen matkan rahoituksesta arkistointiin. Teoksen matka alkaa kaavion mukaisesti tilauksesta tai rahoituksen saamisesta taiteilijan omaan ideaan. Teos voidaan toteuttaa joko tuotantoyhtiön tuottamana tai freelancereista/yrittäjistä koostuvan työryhmän kanssa. Teoksen valmistumisen jälkeen teos pyritään saamaan esille museoihin, festivaaleille tai muihin tahoihin yleisön nähtäväksi. Hyvällä menestyksellä teos huomioidaan myös mediassa. Kaavion viimeisessä vaiheessa teos arkistoidaan.

Selvityksen laatijan Juha Mujeen mukaan kaaviota lukiessa on syytä huomioida, että sen esittämät suhteet ovat riippuvaisia teoksen tyypistä ja kulloisesta kontekstista. Myös kaikkia mahdollisia kytkentöjä ei ole kaavioon lisätty sen selkeänä säilyttämisen vuoksi. Toimijoilla saattaa olla myös erilaisia rooleja arvoverkossa: ”...esimerkiksi museo voi toimia rahoittajana, jakelijana, esittäjänä ja arkistojana. Lisäksi aloite teoksen syntyyn voi tulla esitystaholta, ja ne voivat myös oma-aloitteisesti tiedustella uusia tai vanhoja teoksia jakeluportaan toimijoilta.”.²²

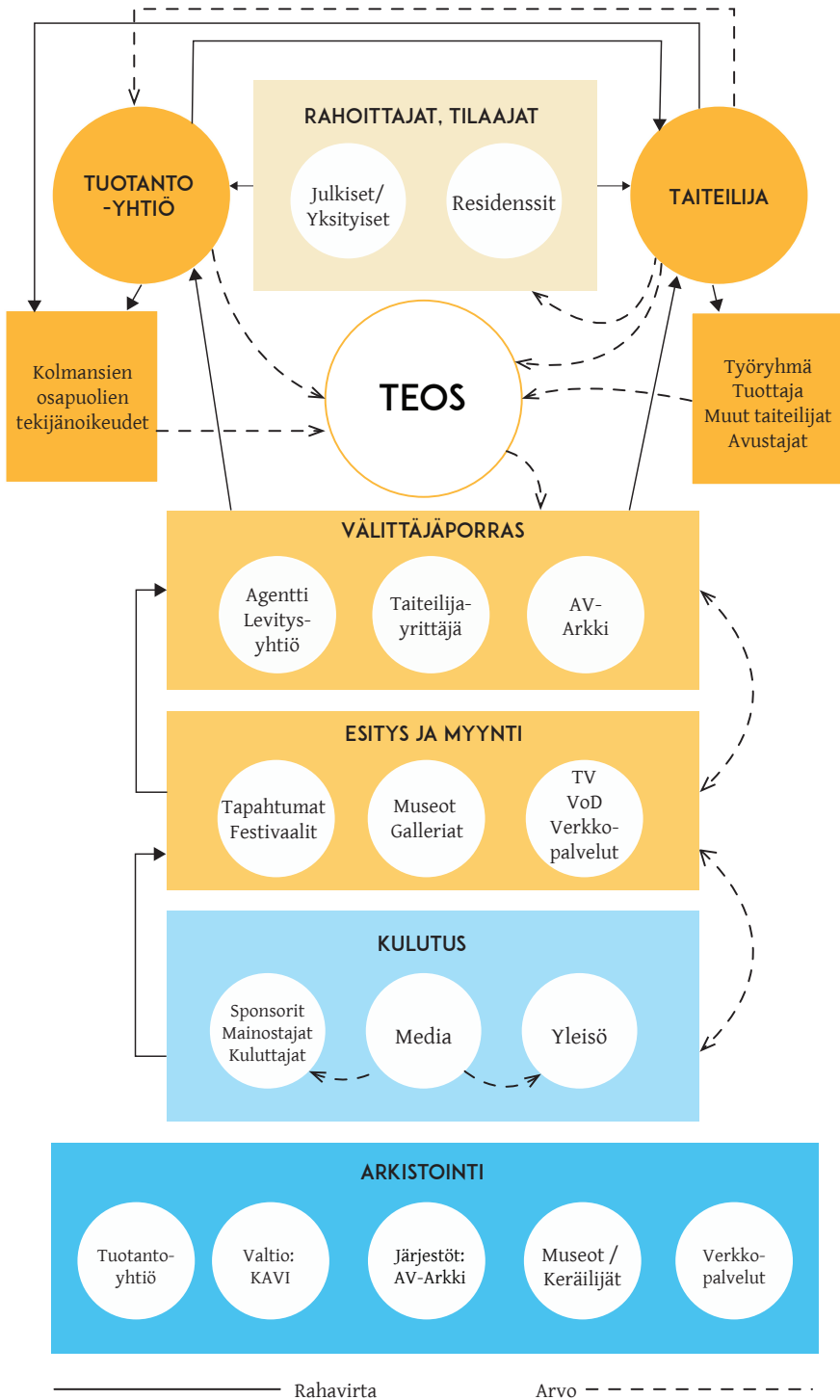
Kaavio sopii parhaiten kuvaamaan videomuodossa olevien teoksien verkkoa, joiden mm. levitys ja arkistointi ovat helpompia kuin esimerkiksi tilallisten, interaktiivisten teosten, joiden tekninen ylläpito on haastavaa teknologian jatkuvan kehittymisen vuoksi, jolloin ohjelmat, joilla teokset on rakennettu voivat vanheta nopeasti, kuten toisaalta myös liikkuvan kuvan formaatitkin. Jälkimmäisiin on kuitenkin sovellettavissa alan yhtenäiset käytännöt arkistoinnissa, mukaan lukien perinteisen elokuvan, jolloin formaattien kirjo on helpommin hallittavissa kuin esimerkiksi interaktiivisissa installaatioissa. Myös mediataiteen alle sijoittuvat biotaide ja demoscene haastavat kaavion.²³ Se antaa kuitenkin hyvän yleiskuvan verkostosta, jossa iso osa mediataiteesta toimii.

²² Muikku 2018, 16

²³ Lue mm. Strategia mediataiteen pitkäaikaisarkistointiin (luettu 24.3.19)

<https://docplayer.fi/47666939-Strategia-mediataiteen-pitkaaikaaisarkistointiin.html>

Kuva 1. Mediataidekentän arvoverkko (Muikku 2018, 17)



1.5. Tausta: mediataiteen paradoksi

”Uudet, halvemmat teknologiat ovat tuoneet mediataiteen kentälle lisää taiteilijoita, mediataiteen tunnettavuus on kasvanut ja taiteenlajin arvostus on noussut Suomessa viimeisen kymmenen vuoden aikana.”²⁴

Mediataiteen kehitys on ollut suotuisaa jo jonkin aikaa yllä mainituista syistä. Tästä huolimatta suomalainen mediataide ja erityisesti sen alle kuuluvat tilalliset teokset, joita ei lue- ta videotaiteeksi, ovat marginaalissa suomalaisella taidekentällä. Alan tuotantokulttuuri ei myöskään ole kehittynyt toivotunlaisesti. Taiteilijat ovat lähes poikkeuksetta pakotettuja tuottamaan teoksensa itse ja toimivat usein alimitoitetuin resurssein.

Alan keskeisen rahoittajan AVEKin näkökulmasta alalla toimii 30-40 tuotantoyhtiötä²⁵. Suu- rin osa tekijöistä toimii vapaina taiteilijoina²⁶. Tietoa mediataidetta tuottavista yrityksis- tä on aiemmin kerätty jonkin verran, ei kuitenkaan kattavasti. Tämän tutkielman tavoite on tuoda alan verkostolle ja asiasta kiinnostuneille lisätietoa näiden yritysten toiminnasta Suo- messa tällä hetkellä; miten yrittäjät selviävät nykyisessä tuotantokulttuurissa, joka ei juuri- kaan tarjoa näille edellytyksiä kehittyä ja vahvistaa toimintaansa.

Keräsin tietoa toiminnasta yrityksille suunnatulla verkkokyselyllä sekä haastatteleamalla alalla toimivia yrittäjiä ja muita asiantuntijoita. Tutkielmallani toivon antavani panokseni parhaillaan käynnissä olevaan keskusteluun mediataidekentän kehittämisestä ja vahvista- misesta.

Oma suhteeni tutkimusaiheeseen on henkilökohtainen, sillä olen toiminut mediataidealalla harvinaisessa roolissa eli tuotantoyhtiöön palkattuna tuottajana. Tuotin mediataiteilija Han- na Haaslahden osallistavaa simulaatioteosta Dirty – Cosmetic Space I vuosina 2015–2018. Suh- teeni av-alan tuottamiseen on tätäkin pidempi; aloitin tuotantopuolen urani elokuva-alalla jo 90-luvulla, jolloin sen tuotantokulttuurissa tapahtui muutos. Elokuva-alan tuotantokult- tuurin vahvistamiseksi aloitettiin tuolloin muun muassa ensimmäinen ammattitutkintoon tähtäävä tuottajakoulutus silloisessa Taideteollisessa korkeakoulussa (nykyisin Aalto- yliopisto). Suomesta puuttuivat 90-luvun alussa lähes kokonaan isot tuotantoyhtiöt. Valta- osa elokuva-alan toimijoista tuotti elokuvia yksinyrittäjinä. Alaan tehtävien panostustoi- menpiteiden ja alan rakennemuutosten, muun muassa rahoittajien yhteistyön tiivistäminen eli niin kutsutun kolmikantarahoituksen käynnistämisen ja kansainvälisten rahoitusfooru- mien ansiosta Suomeen on kehittynyt vahvempi elokuva-alan tuotantokulttuuri. Tämä on kasvattanut tuotantoyhtiöiden kokoa ja auttanut niitä vahvistamaan malleja kansainvälisen rahoituksen löytämiseksi.²⁷ Vastaavanlainen panostus mediataiteeseen voisi auttaa alan toi- mintakulttuurin vahvistumista. On kuitenkin syytä huomioda, ettei elokuva-alan ja media- taiteen tuotantokulttuuria voida monilta osin verrata toisiinsa, sillä mediataide-sanan alle mahtuu monta erilaista taidemuotoa, joiden tuotanto poikkeaa sekä toisistaan että elokuväs-

²⁴ Hakola 5.11.2018

²⁵ Penttinen-Lampisuo 15.1.2019

²⁶ Muikku 2018, 30

²⁷ Ranta 31.1.2019

ta muun muassa jakelun osalta. Mediataiteilijat ovat myös jo kansainvälisiä toimijoita huolimatta tuotantokulttuurin heikkoudesta.

Toivon, että nostamalla esiin mediataidekentän tuotantokulttuurissa toimivien äänen voin osaltani ylläpitää keskustelua alan kehittämiseksi. Kuten olen jo tuonut esille, suomalainen mediataide on kansainvälisesti menestynyt, muun muassa Suomen edustajat maailman merkittävimmän nykytaiteen katselmuksessa, Venetsian Biennaalissa, ovat vuosina 2013, 2015 ja 2017 olleet mediataidetta. Myös Mika Taanilan²⁸ ja Eija-Liisa Ahtilan²⁹ liikkuvan kuvan teokset ovat olleet esillä merkittävässä museoissa ympäri maailmaan ja tekijät ovat moninkertaisesti palkittuja. Osoitan tutkielmassani, ettei tämä ole kuitenkaan heijastunut kentällä toimivien yrittäjien ansioihin juurikaan. Tilanne on huomioitu myös valtionhallinnon toimesta; opetus- ja kulttuuriministeriön syksyllä 2017 käynnistämä ja AVEKin hallinnoima Mediavire-nimellä kulkeva erityistuki mediataideyritysten vahvistamiseksi antaakin alalle toivoa. Samoin Framen Uuden etsijä, rajojen rikkoja -selvityksen pohjalta on aloitettu strategiatyö alan kehittämiseksi.

1.6. Tarve: luova hulluus näkyviin

”Yrittäjäksi ryhtyvät ihmiset, jotka ovat riittävän pätkähulluja³⁰.”

Yrittäjyyden merkitystä taloudelle ja sen roolia talouden moottorina on tutkittu laajasti (Katso mm. UNCTAD 2004; Thurik & Wennekers 1999, Schumpeter 1942). Suomessa tätä moottoria pyörittää n. 600 000 rekisteröityä yritystä³¹, joista n. 95 % on joko pien- tai mikroyrityksiä³². Uusia yrityksiä rekisteröidään vuosittain keskimäärin 30 000 ja lopettaneita on lähes sama määrä³³.

Laajuudestaan huolimatta yrittäjyys tutkimusalueena on vielä suhteellisen nuori. Se on löytänyt tukevan jalansijan taloustutkimuksessa vasta viimeisten vuosikymmenten aikana. Tutkimus ulottuu nykyään myös erityisalueille, joista yksi on taide- ja kulttuurialan yrittäjyys. Tämän tutkimusalueen kimmokkeena on nähty olevan luovan talouden³⁴ tutkimus, joka käynnistyi 1990-luvulla Isosta-Britanniasta.³⁵

Vaikka yrittäjyystutkimuksen keskeiset määreet ovat saavuttaneet konsensuksen alan tutkijoiden parissa, niin taide- ja kulttuurikentän yrittäjyystutkimus on vasta kehittymässä ja alueen tutkimuksen kannalta keskeinen terminologia muokkautumassa. Englanninkielisessä tutkimuksessa termit *art entrepreneur*, *arts entrepreneur*, *cultural entrepreneur* ja *creative entrepreneur* ovat kaikki laajasti käytettyjä, ja niiden merkitys yrittäjyyden kontekstissa

28 Mika Taanilan kotisivut: <https://mikataanila.com/bio/> (luettu 24.3.2019)

29 Eija Liisa Ahtilan kotisivut: http://crystaleye.fi/eija-liisa_ahtila/biography-cv (luettu 24.3.19)

30 Hakola 5.11.2018

31 Patentti- ja rekisterihallitus <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystenlkm/lkm.html> (luettu 10.10.2018)

32 Tilastokeskus: http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html (luettu 10.10.2018)

33 Tilastokeskus <https://www.stat.fi/til/aly/tie.html> (luettu 10.10.2018)

34 Luovan talouden keskeisenä osaamisena on kulttuuriosaaminen, joka edesauttaa kulttuurisen pääoman hyödyntämistä ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa ja tuotannollisessa toiminnassa. Luovan talouden keskeiseksi tavoitteeksi on asetettu immateriaalisten oikeuksien hyödyntäminen, joka perustuu tuotteiden ja palveluiden, jotka usein ovat digitaalisia, monistettavuuteen ja skaalautuvuuden. (kts. Brunila et al 2011)

35 Hausmann & Heize 2016, 7

voi vaihdella freelancer-taiteilijoista kulttuurimanagerointiin. Saksalaisten tutkijoiden Andrea Hausmannin ja Anne Heizen suorittaman tutkimuksen *Entrepreneurship in the cultural and creative industries: insights from an emergent field* (2016) mukaan aiheesta on julkaistu akateemisia artikkeleita säännöllisesti ja enenevissä määrin vasta vuoden 2001 jälkeen.³⁶

Myös Suomessa on tutkittu taiteilijoiden yrittäjyyttä ja yrittäjäkoulutusta jonkin verran, muun muassa Outi Häggin väitöskirja *Yrittäjävalmennus ja yrittäjäidentiteetti* (2011) tutkii aihetta kattavasti yrittäjyyskoulutuksen ja yrittäjäidentiteetin rakentumisen näkökulmasta. Taiteen edistämiskeskus yhdessä Kulttuuripoliittisen tutkimuskeskus Cuporen kanssa ovat tutkineet taiteilijoiden yrittäjyyttä osana taiteilijoiden työtä ja ansioita kartoittavia selvityksiä, esimerkiksi Taiteen ja kulttuurin barometri 2017: Nuoret taiteentekijät³⁷ sekä Taiteilijan asema 2010³⁸. Näissä selvityksissä yrittäjyyttä on yleensä käsitelty yhtenä osana laajempia asiakokonaisuuksia. Luovan alan yrittäjyyttä ja valtionhallinnon toimia sen edistämiseksi on selvitetty kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisussa Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015³⁹. Edellä mainituissa julkaisuissa mediataide jää luonnollisesti marginaaliin ja mikäli se ylipäättään tuodaan esille, niin laji on liitetty osaksi ” muita taiteenlajeja”, jolloin samaan kategoriaan saatetaan liittää muita nuoria taiteen aloja. Tarkkoja ja tuoreita tilastoja mediataiteen osalta onkin vaikea löytää.

Tietoutta mediataiteen alasta on kartoitettu myös säännöllisesti, noin kymmenen vuoden välein. Tuorein nykytaiteen asiantuntijaorganisaatio Frame Finlandin toimesta julkaistu Uuden etsijä, rajojen rikkoja -selvitys on kesältä 2018. Framen toimitusjohtaja Raija Kolin mukaan ”selvitys piirtää ajankohtaisen kuvan mediataiteen toimijoista, arvoverkosta ja rahoituksesta muodostuvasta ekosysteemistä ja luo pohjaa mediataiteen tilastoinnille.”⁴⁰. Tätä edeltävät selvitykset ovat vuosilta 2009 ja 2002⁴¹. Mediataiteilija-yrittäjien osalta tutkimus onkin lähes olematonta. Tuuli Penttinen-Lampisuon opinnäytetyö Aalto-yliopiston Taiteen laitokselle ”Tuottajuus koetuksella. Itä - videotaiteen tuotantoprojekti” (2012) tutkii tuottajan roolia mediataide-projektissa⁴².

Mediataide tutkimusalueena on kuitenkin erityinen muun muassa siihen usein liitettävän tiede ja teknologia -liitoksen vuoksi. Mitä tämä tarkoittaa alan yritystoiminnan kannalta? Miten taiteilija-yrittäjät hyödyntävät tämän osan mediataiteen tekemisestä, vai hyödyntävätkö ollenkaan? Voiko yhteistyöllä olla myönteisiä vaikutuksia mm. yrityksen talouteen?

36 Hausmann & Heize 2016, 9

37 Hirvi-Ijäs et al. 2017

38 RensuJeff 2015 [2010]

39 Tarjanne et al 2007

40 Muikku 2018, 5

41 Mäkelä & Tarkka 2002; Mäkelä 2009

42 Penttinen-Lampisuo 2012

1.7. Tutkimuskysymykset

Tutkielman tavoite on kartoittaa millaisia tuotantoyhtiöitä mediataidekentällä toimii ja millaisilla toimintaedellytyksillä yrittäjät taidetta tuottavat. Raja-aineistoni koskemaan alan keskeisen rahoittajan AVEKin yritystukea tammikuun 2015 ja heinäkuun 2018 välillä saaneisiin yrityksiin. Huomioitavaa on, että tämän rajauksen ulkopuolelle jäävät pienyrittäjät, jotka eivät ole saaneet tai hakeneet AVEKin mediataiteen tuotantotukea. Syynä tähän voi olla esimerkiksi teosten muoto, joka rajaa sen ulos rahoituksen piiristä.

Koska mediataide nähdään teknologisenä taiteen lajina sisältävän mahdollisuuden tutkimukseen tai innovatiiviseen kehittäelytyöhön, joka sopii myös Luovan taloudelle asetettuihin tavoitteisiin valtion hallinnon puolelta, niin olen kiinnostunut tutkielmassani selvittämään ovatko suomalaiset mediataideyrittäjät harjoittaneet tutkimus ja kehitys -toimintaa esimerkiksi yritysten, tutkimuslaitosten tai korkeakoulujen kanssa ja onko alalla tarpeita yhteistyön kehittämiseksi.

1.8. Tutkielman rakenne

Ensimmäisessä luvussa pyrin antamaan holistisen kuvan suomalaisesta mediataidekentästä ja sen toimijoista. Tämän teen esittelemällä muun muassa alan arvoverkon sekä jo kerättyä kvantitatiivista tietoa toimijoista. Lisäksi esittelen tutkielman taustan ja sen tavoitteet, sekä tutkimuskysymykset.

Toisessa luvussa esittelen aineiston keruumenetelmäni ja aineistoni, sekä kuvailen sen luokitelua.

Kolmannessa luvussa esittelen tutkielmani tulokset. Puran tässä luvussa sekä kvantitatiivisen että kvalitatiivisen aineiston ja nivon tulokset yhteen aiheutta käsittelevään kirjalliseen lähdeaineistoon.

Neljännessä luvussa vedän yhteen ja tiivistän tutkielmani aikana kerätyt tulokset ja arvioin työtäni sekä tuon esille mahdollisia seuraavia askelia alueen tutkimukseen.

2. TUTKIELMAN TEON POLKU JA KERÄTYN AINEISTON KÄSITTELY

Ymmärtääkseni paremmin minkälaisia yrityksiä mediataiteen kentällä Suomessa toimii ja millainen toimintakulttuuri näillä on, lähetin yrittäjyyskyselyn 31 suomalaiselle yritykselle, joille Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK on myöntänyt tukea mediataiteen tuotantoon tammikuun 2015 ja heinäkuun 2018 välisenä aikana. Kohderyhmän valinta perustui AVEKin keskeiseen rooliin mediataiteen rahoittajana. AVEK on lähes ainoa rahoittaja, joka käyttää eriteltyjä tukimuotoja yrityksille ja yksityishenkilöille.

Kohderyhmän tarkan rajauksen vuoksi lähetin linkin verkossa olleeseen kyselylomakkeeseen (Katso Liitteet) sähköpostitse yrityksen omistajille. Lomake sisälsi 34 kysymystä, jotka pääsääntöisesti olivat monivalintakysymyksiä. Yrittäjiltä kysyttiin mm. eri tulolajien merkityksestä liiketoiminnan kannalta, yrittäjyyskoulutuksen tarpeesta yrityksessä sekä yritysten yhteistyöstä korkeakoulujen ja muiden yritysten kanssa.

Kyselylomakkeen tueksi käytin vertailevana aineistona paremman yleiskuvan saamiseksi useita aiemmin julkaistuja selvityksiä mediataiteesta tai luovien alojen yrittäjyydestä (Katso luku Tarve: luova hulluus näkyviin)

Noin kolmen viikon vastausajan aikana verkkokyselyyn osallistui hieman yli puolet (51,6 %) otantaan valituista yrityksistä eli 16 yritystä. Näistä 12 ilmoitti mediataiteen ensisijaiseksi toimialakseen (seitsemän päätoimista yrittäjää, viisi sivutoimista). Sain muutamilta otantaan valituilta yrityksiltä sähköpostia, jossa he kertoivat miksi eivät halunneet vastata kyselyyn. Syiksi kerrottiin muun muassa se ettei mediataide ollut yrityksen päätoimi, vaan yritys toimi bulvaanina vapaille taiteilijoille. Myös hyvin lyhytaikainen yrittäjyys koettiin esteeksi vastaamiselle.

Kerätyn verkkokyselydatan perusteella päätin lisäksi kerätä lisätietoa yrittäjien kokemuk-sista kolmella temaattisella, puolistrukturoidulla haastattelulla syystalvella 2018-2019, joissa syvensin kyselylomakkeessa kysyttyjä aiheita. Valitsin haastateltaviksi kolme mediataiteilijayrittäjää, joiden kokemus yritystoiminnasta vaihteli neljästä vuodesta yli kolmeen kymmeneen vuoteen, ja joiden teokset kattoivat laajan valikoiman eri teosmuotoja.

Aloitin kaikki yrittäjähaastattelut esittämällä 22 väittämää (Katso Liitteet), jotka olin valinnut kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisusta Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015 (julkaistu 2007). Väittämät jaoin viiteen eri kategoriaan:

1. luova yrittäjyys
2. verkostot
3. liiketoimintaosaaminen ja koulutus
4. rahoitus
5. tuote-/teoskehittely ja innovaatiotoiminta.

Väittämien tavoitteena oli tutkia miten merkityksellisinä taidealan yrittäjät pitivät valtionhallinnon asettamia tavoitteita luovalle yrittäjyydelle. Näiden lisäksi pyrin väittämien teemoilla luomaan raamit haastatteluiden sisältöihin sekä avaamaan keskustelua, joka jatkui väittämien käsittelyn jälkeen tarkennetuilla kysymyksillä mediataiteen kentällä tapahtuvasta yrittämisestä, toimintakulttuurista ja -edellytyksistä.

Haastatteluiden aikana haastateltavien yrittäjien toimesta nousi esiin myös aiheita, mm. koneineiden tuottajien puute alalla, joita en ollut ymmärtänyt kysyä verkkokyselyssä. Poimin nämä yrittäjille merkittävät kohdat mukaan käsiteltävään aineistoon. Haastatteluiden avulla pystyin myös tarkentamaan työni rakennetta ja erityisesti lukua kolme, jossa nostan esiin merkittävimmät mediataidealan yrittäjyyteen vaikuttavat asiat, joita keräämäni aineisto tuo esille.

Edellä kuvattujen haastatteluiden lisäksi lähetin sähköpostitse tarkemmin rajattuihin alueisiin kohdistuvia kysymyksiä yrittäjälle, jonka ensisijainen toimiala ei ole mediataide. Kysymyksillä pyrin selvittämään tarkemmin hänen lähtökohtiaan ja tavoitteitaan mediataiteen tuotannolle. Keräsin tietoa myös kolmelta elokuva- ja mediataidealan asiantuntijalta henkilökohtaisesti haastatteleamalla ja sähköpostitse, jotta saisin kattavamman taustatiedon yrittäjiltä keräämän tiedon analysointiin. Pyrin haastatteluissa tuomaan esille asioita ja näkökulmia alueelta, joka on monelle mediataiteen kentällä toimivalle ainakin jollakin lailla tuttua, joillekin se on arkista aherrusta, mutta joista on vielä vähän kirjallista materiaalia.

Kaikki haastateltavat suostuivat nimensä julkaisuun tutkielmassa.

Myös omakohtainen tuottajan kokemukseni sekä elokuva- että mediataiteen tuotannoista auttoivat muotoilemaan kysymyksiä ja huomioimaan yritystoiminnan keskeiset aiheet tai dealalla.

3. AINEISTON TULOKSET - MEDIATAIDEYRITTÄJÄT SUOMESSA

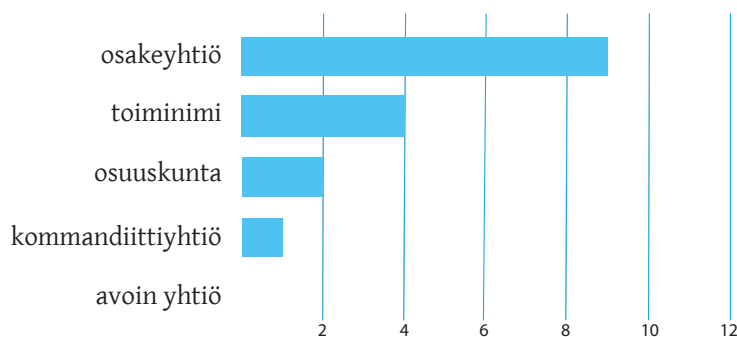
Tässä luvussa esittelen verkkokyselyn ja haastatteluiden tulokset. Kvantitatiivinen verkkokyselyn tuloksia esitän infografiikalla, jota täydennän kvalitatiivisella haastatteluaineistolla tuoden esiin taiteilija-yrittäjien ja asiantuntijoiden äänen.

3.1. Perustiedot

Luovalla alalla yrittämisen yleisyys vaihtelee aloittain, esimerkiksi taideteollisuudessa lähes puolet taiteilijoista toimii yrittäjinä, kun taas tanssitaiteessa yrittäjiä on vain 5 % taiteilijoista. Kaikki taiteen alat huomioiden taidealoilla on yrittäjiä vain noin viidesosa taiteellista työtä tekevistä. Yritysten määrä on ollut lievässä nousussa 2000-luvun alusta lähtien, ilmeisemmin johtuen yrittäjäyyskoulutuksen lisääntymisestä. Myös poliittinen kiinnostus ja tahto lisätä taiteilijoiden yrittäjyyttä 2000-luvun alusta lähtien on vaikuttanut yritysten määrään hienoisena kasvuna.⁴³

Suomen yleisimmät yritysmuodot ovat toiminimi eli yksityinen elinkeinoharjoittaja ja osakeyhtiö⁴⁴. Tätä tutkielmaan varten tehtyyn kyselyyn vastanneista mediataidetta tuottavista yrityksistä osakeyhtiöitä oli yhdeksän eli 56 % vastanneista ja toiminimiä neljä eli 25 % (Kuva 2).

KUVA 2. MEDIATAIDETTA TUOTTAVIEN YRITYSTEN YRITYSMUODOT



⁴³ RensuJeff 2015 [2010], 54-55

⁴⁴ Patentti- ja rekisterihallitus: <https://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yritystenlkm/lkm.html> (luettu 15.1.2019)

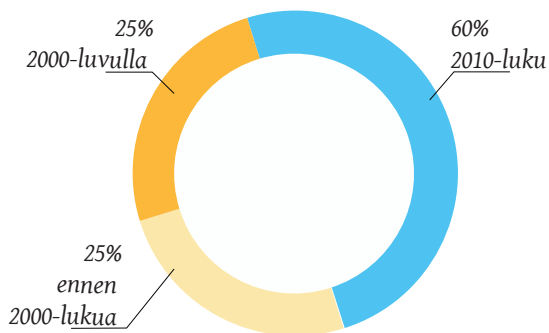
Vanhin kyselyyn osallistuneista yrityksistä on ollut aktiivinen vuodesta 1991 lähtien ja nuorimmat yritykset ovat toimineet vuodesta 2016 lähtien. Puolet vastanneista on perustanut yrityksensä vuosituhannen vaihteen jälkeen (Kuva 3).

Suomalaiset luovan alan yritykset, kuten pääosa suomalaisista yrityksistä, ovat yksinyrittäjiä ja alle kymmenen työntekijän mikroyrityksiä⁴⁵. Näin myös kyselyyn vastanneet yritykset, jotka yhtä lukuun ottamatta ilmoittivat henkilöstön määräksi 0-3 henkeä.

Kyselyn ainoa pienyritys, jonka henkilöstön määrä ylitti kymmenen henkeä, ilmoitti päätoimialakseen elokuva- ja viihdetuotannon mediataiteen sijaan. Myös kolme muuta yritystä ilmoitti ensisijaiseksi toiminnakseen jonkun muun kuin mediataiteen tuotannon. Yleisimmin ”muuksi toimialaksi” nimettiin elokuvatuotanto, myös viihde ja näyttelysuunnittelu tuotiin esille. Ensisijaisesti mediataidetta tuottavia yrityksiä kyselyyn osallistuneista oli täten 12 yritystä 16:sta vastaajasta.

Päätoimisina yrittäjinä toimi kymmenen vastaajista. Sivutoimista yrittäjyyttä harjoittaneet yritykset ilmoittivat kaikki päätoimialakseen mediataiteen.

KUVA 3. YRITYKSEN PERUSTAMISVUOSI

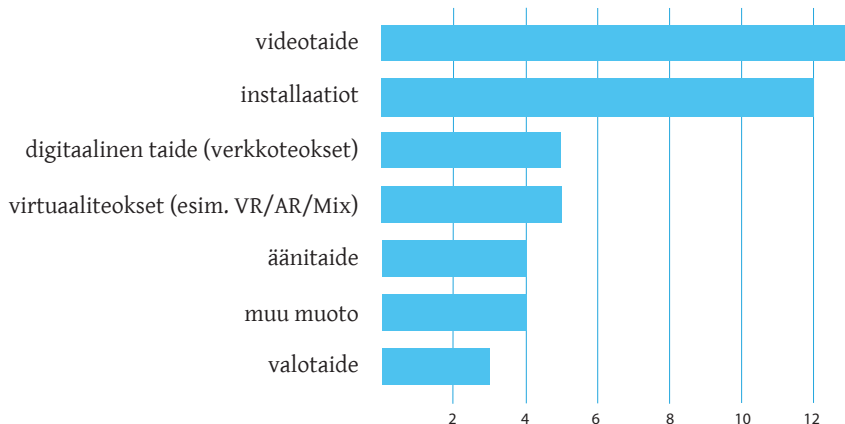


Valtaosa kyselyyn vastanneista yrityksistä (13 kpl) toimii pääkaupunkiseudulla. Kahdella näistä yrityksistä on Helsingin lisäksi toimitilat myös muualla Suomessa; Etelä-Suomessa pääkaupunkiseudun ulkopuolella sekä Pohjois-Suomessa.

Yritysten tuottamat eri mediataidemuodot vaihtelivat suuresti; yleisin ilmoitettu taidemuoto oli videotaide. Lähes yhtä moni tuotti myös installaatioita. Liikkuvan kuvan eri muodot (planetaarioelokuva, kokeellinen elokuva ja kokeellinen dokumenttielokuva) sekä mediataideperformanssit tuotiin myös esille kysyttäessä avoimella kysymyksellä muita, kyselyn ulkopuolelle jääneitä taidemuotoja (Kuva 4, sivu 22).

⁴⁵ Tarjanne 2007, 22

KUVA 4. YRITYSTEN TUOTTAMAT TAIDEMUODOT



3.2. Taideyrittäjyys: pakon sanelemaa vai valinta?

“The attributes of an entrepreneur is akin to defining the attributes of an artist. Like artists, most ‘entrepreneurs’ identify with inventing, developing, creative thinking, making, problem solving and researching (among many other things) – and the label ‘entrepreneur’ is what other people use to describe them.”⁴⁶

Haastattelemani mediataiteilija-yrittäjät tunnistivat kaikki ristiriidan yrittäjyyden ja taiteellisen tekemisen välillä, eivät välttämättä omassa yrittäjyydessään, vaan viitaten siihen yleisenä asenteena taiteen kentällä. Haastateltavat eivät kokeneet, että yrittäjyys olisi ollut heille selkeää päämäärä, vaan se on ollut jotain mihin on ajaututtu hyvinkin erilaisista syistä.

”En mä ole valinnut yrittäjyyttä, mutta jos tämä mitä mä teen on yrittäjyyttä, niin sitten mä olen yrittäjä⁴⁷.”

Tämä voi auttaa ymmärtämään miksi vain 5 % nuorista taiteentekijöistä näkee yrittäjyyden vaihtoehtona itselleen⁴⁸, vaikka samaan aikaan yli 40 % heistä kokee yrittäjyyttä tarvittavan taiteenaloilla enemmän⁴⁹. Taiteilijat ryhtyvätkin yrittäjyyteen Suomessa usein olosuhteiden pakosta, mm. alan rahoitusmallien teknisten vaatimusten vuoksi⁵⁰. Tätä tukee myös taiteilija-yrittäjille suunnatun verkkokyselyn kautta kerätty tieto. Yleisin syy yrityksen perustamiseen oli yrityksille tarjotut tuet (Kuva 5, s. 24). Kohdassa ”muut syyt” kyselyyn osallistuneet toivat esille mm. galleristin vaatimuksen arvonlisäverorekisteriin liittymisestä ja pitkäjänteisen kehittelytyön mahdollistuminen yrittäjänä.

⁴⁶ Sheridan 2014, 243-257

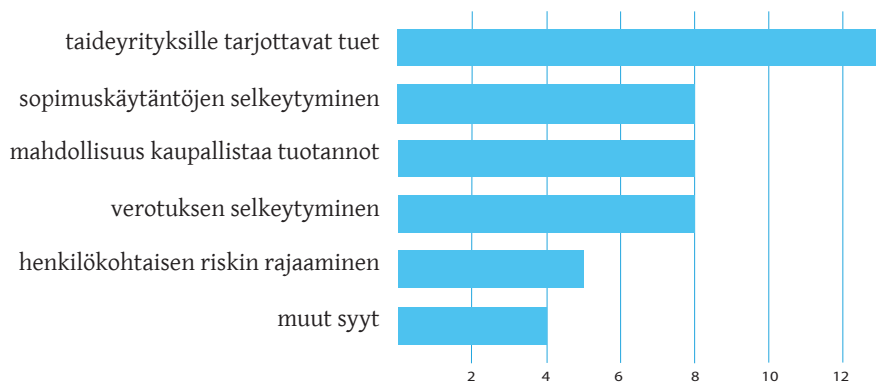
⁴⁷ Haaslahti 17.12.2018

⁴⁸ Hirvi-Ijäs et al. 2018, 7

⁴⁹ Hirvi-Ijäs et al. 2018, 48

⁵⁰ Muikku 2018, 31

KUVA 5. YRITYKSEN PERUSTAMISSYYT



Tutkija Outi Häggin mukaan korkea kynnys yrittäjyyteen johtuu yrittäjän toiminnan kaipa-alaisesta ymmärtämisestä sekä arvojen vastakkain asettelusta⁵¹. Haastattelemani taiteilija-yrittäjät toivat esille, että yrittäjyys on taidekentällä huonosti tunnettua ja tunnustettua. Siitäkin huolimatta, että useat taitelijat ainakin jossain vaiheessa uraansa toimivat yrittäjinä.

*”Suhde yrittäjyyteen on kompleksinen, mikä ei ole tarpeen, sillä kaikki taiteilijat joutuvat kuitenkin olemaan yrittäjiä. Ongelmana on se, että tällaista käsitettä kuin taiteilija-yrittäjä ei vielä tunneta. Vaikka joka ikisellä taiteilijalla, joka jotakin myy, niin täytyy tai kannattaa olla vähintään se toiminimi. Ajatellaan, että se yrittäjyys on jotain kaupallista ja pelätään, että tukirahoitukset menee.”*⁵²

Haastattelemani yrittäjät suhtautuivat kaikki yrittäjyyteensä pääosin positiivisesti, muun muassa sen vuoksi, että yrittäjyyden nähtiin lisäävän taiteilijan itsenäisyyttä tehdä omat valintansa ja mahdollisuutta ottaa vastuu omista tuloistaan. Yrittäjyyden koettiin parantavan taiteilijan toimintamahdollisuuksia jopa siinä määrin, ettei sille nähty vaihtoehtoja.

*”Teoksia, joita teen ei olisi pystynyt tekemään yksityishenkilönä; ei olisi pystynyt hankkimaan rahoitusta tai toimimaan työnantajana, eikä selkeästi vastaamaan niistä tuotannoista. Yhtiö kantaa vastuun tuotannosta ja minä olen mukana tekijäkaartissa muiden rinnalla.”*⁵³

Yrittäjyyden nähtiin olevan ”avoin kenttä”, jossa jokainen taiteilija määrittelee yrittäjyytensä itse. Joustava näkemys onkin tarpeen, sillä projektiluontoinen tekeminen pakottaa taiteilijat luovimaan erilaisten tulovirtojen varassa. Mikäli tuotannossa tai valmistelussa ei ole yhtään teosta voi taiteilija tehdä alan ulkopuolisia töitä ennen seuraavaa tuotantoa ja siirtyä

⁵¹ Hägg 2011, 32

⁵² Blåfield 5.11.2018

⁵³ Hakola 5.11.2018

takaisin aktiiviseksi yrittäjäksi, kun se on tuotannon kannalta järkevää. Tästä kertoo myös se, että verkkokyselyyn vastanneista lähes kolmannes ilmoitti yrittäjyyden olevan heille sivutoimista.

Taiteilijoiden yrittäjyyttä tutkivassa kirjallisuusaineistossa⁵⁴ tuodaan usein esille se, etteivät oman yrityksen perustaneet taiteilijat eroa perustavanlaatuisesti muista yrittäjistä. Tuotakseen teoksensa taiteilijoiden tulee hallita monia erilaisia osa-alueita rahoituksesta tekijänoikeuksiin. Selviytyäkseen vaativasta prosessista taiteilijan on käytettävä yritysmaailman työkaluja. Taiteen tekeminen ei myöskään riitä, vaan teokset pitää saattaa myös julkisiksi ja kannustaa asiakkaita niiden ostoon. Kilpailu voi olla kovaa, sillä vain muutamalla teoksella on mahdollisuus nousta laajan yleisön tietoisuuteen ja muuttaa vallitsevaa käsitystä taiteesta ja taiteellisesta ilmaisusta.

Myös haastateltavani tunnistivat yrittäjyyteen perinteisesti liitettävät schumpeteriläiset⁵⁵ attributit; riskinottokyky, luovuus, vallitsevien sääntöjen ja rakenteiden haastamisen.

*”Taiteilija voi tehdä vuosia töitä jonkun asian parissa, jonka toteutumisesta ei ole ta-
keita. Tämähän on hyvin tyypillinen tuotekehitysyrittäjän toimenkuva, siinä kysytään
stressinsietokykyä.”⁵⁶*

Pääsääntöisesti positiivisesta kokemuksesta huolimatta haastateltavat näkivät yritystoimin-
nassa myös haasteita. Yrittäminen koettiin ajoittain raskaana ja aikaa vievänä, yrityksen hal-
lintaan liittyvän byrokratian hoitaminen vievän aikaa pois tärkeimmästä eli luovasta työstä.

*”Jos nyt miettin yrityksen perustamista tällä tieto-aidolla, joka mulle on kertynyt 33
vuoden aikana, niin en ole ihan varma perustaisinko yritystä, koska byrokratia on kas-
vanut niin järkälemäiseksi.”⁵⁷*

Mediataideteokset, jotka usein toteutetaan ryhmitöinä, voivat asettaa taiteilija-yrittäjäl-
le vaativia rooleja projektin johdollisissa ja hallinnollisissa tehtävissä. Yrittäjille suunnatus-
sa verkkokyselyssä pyysin vastaajia arvioimaan heidän tuotannoissaan käyttämänsä ajan ja-
kaantumista taiteellisen työskentelyn, yrityksen hallinnollisten tehtävien sekä projektin
johdollisten tehtävien välillä. Annettujen vastausten mukaan vain 30 % vastaajista kertoi te-
kevänsä taiteellista työtä yli puolet tuotantoon käytetystä ajasta. 90 % vastaajista käytti hal-
linnollisiin tehtäviin 20-35 % tuotantoajasta ja projektin johdolliset tehtävät veivät myös 20-
35 % ajasta 75 %:lla vastaajista.

Kaikki haastatellut mediataideyrittäjät tekivät kuitenkin selvän eron taidealan yrittäjyyden
ja muiden alojen yrittäjyyden välille. Taidealan yrittäminen nähtiin työkaluna teosten to-
teuttamiseen, jolla ei ole kaupallisen hyödyn tavoitteita.

⁵⁴ Katso mm. Lindqvist 2011, sivu 10; Scherdin & Zander 2011, 1; Poorsoltan 2012, 77.

⁵⁵ Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) oli itävaltalais-syntyinen taloustieteilijä, joka loi tunnetun ”luova tuho” -teorian, jossa yrittäjät toimivat talouden uudistajina, luovan tuhon katalysaattoreina, koska näillä on tarve haastaa vallitsevat rakenteet luomalla uusia innovaatioita tuotanto- ja toimintamalleihin.

⁵⁶ Hakola 5.11.2018

⁵⁷ sama

"Taide ei ole koskaan liikeidea. Teoksen onnistuminen ei ole selkeässä suhteessa talouden realiteetteihin. Rahaa pitää ajatella, mutta tavoite on kehittää taidetta paremmaksi, eikä se korreloi rahan kanssa ⁵⁸."

Ruotsalaiset taloustutkijat Mikael Scherdin ja Ivo Zander tukevat tätä näkemystä. Heidän mukaansa taloudellisen hyödyn tavoittelu on liitettävissä vain löyhästi taiteilijoiden yrittäjyyteen. Motiivina on ennemminkin vallitsevien, yksilön elinympäristöön, vaikuttavien rajoitteiden haastaminen ⁵⁹.

"Taidealan yrityksen erityispiirre on juuri siinä, että se voi olla todella laadukasta, antaa paljon katsojalleen ja saada ison yleisön, mutta se ei silti tuota rahaa perinteisen yrityksen logiikalla ⁶⁰."

Taiteilijoiden yrittäjyyttä tutkinut Lundin yliopiston apulaisprofessori Katja Lundqvist on myös todennut: "etteivät tulevaisuuden van Gogh'it ja Steve Job'sit näytä todellista arvoaan heti. Vaikka taiteilijoiden tai yrittäjien panosta taloudelle on vaikeaa arvioida, molempia rooleja pidetään tärkeänä yhteiskunnan hyvinvoinnille ⁶¹."

Kuten jo edellä esitin, niin mm. riskienhallinnan katsotaan olevan yksi yrittäjille ominainen ja hyödyllinen piirre. Yksi merkittävimmistä riskeistä, joita taidealan yrittämiseen liitetään, on sosiaalietuuksien menettäminen, jolloin yrittäjä joutuu luomaan turvaverkostonsa itse. Tutkija Outi Häggin mukaan tämä voidaan nähdä kasvattavan kynnystä yrittäjyyteen siirtymisessä. "Mahdollinen epäonnistuminen yrittäjänä merkitsee edelleenkin tämän päivän Suomessa paitsi sosiaalista häpeää myös ankaraa ponnistelua takaisin institutionaalisen yhteisön ja turvaverkon jäseneksi ⁶²."

Mediataiteilija ja yrittäjä Marikki Hakolan kokee, ettei yritystä voi perustaa varman päälle, vaan riskit kuuluvat yrittämiseen olennaisesti.

"Siihen [yrittämiseen] kuuluu se, että välillä asiat menee päin helvettiä, joko omasta syystä johtuen, omasta osaamattomuudesta johtuen tai sitten jostain ulkoisista syistä johtuen ⁶³."

3.3. Mediataiteilijoiden liiketoimintaosaaminen ja koulutuksen tarve

Outin Hägg tuo esille väitöskirjassaan Yrittäjyysvalmennus ja yrittäjäidentiteetti (2011), että pitkästä ammatillisesta urastaan huolimatta luovan alan yrittäjät kokevat epävarmuutta omista kyvyistään ja jaksamisestaan yrittäjinä. Häggin tutkimukseen osallistuneille valmennettaville oli tärkeää kehittyä ja kasvaa jatkuvasti omassa ammatissaan. Tutkimuksen

⁵⁸ Blåfield 5.11.2018

⁵⁹ Scherdin & Zander 2011, 3

⁶⁰ Blåfield 5.11.2018

⁶¹ Lindqvist 2011, 11

⁶² Hägg, 2011, 150

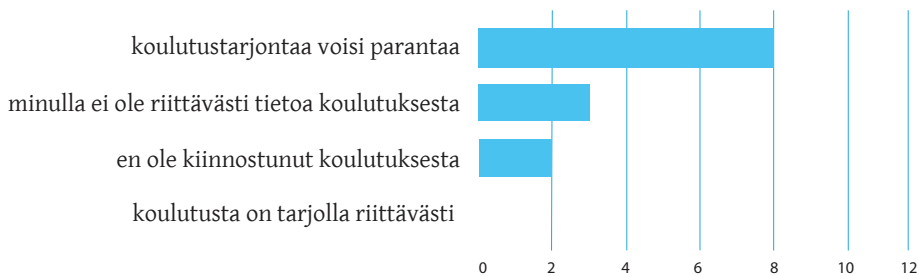
⁶³ Hakola 5.11.2019

tulokset osoittivat, että yrittäjyyteen liittyvien yrittäjäkompetenssien⁶⁴ sisäistäminen lisäsi valmennettavien turvallisuuden tunnetta ja motivoi heitä kehittämään omia yrittäjätaitojaan.⁶⁵

Luovien alojen yrittäjätaitojen kehittämisen tarpeeseen on kiinnitetty huomiota myös valtionhallinnon toimesta. Vuonna 2007 Kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisemassa Luovien alojen kehittämisstrategiassa 2015 yrittäjyyskoulutus nostettiin yhdeksi yrittäjyyden kehittämisen kolmesta kärkihankkeesta. Tavoitteeksi asetettiin tuolloin: ”Luovien alojen yrittäjien toiminta tähtää kannattavaan yritystoimintaan. Luoville aloille valmistuvilla on jo koulutuksen kautta valmiudet yrittäjyyteen”.⁶⁶

Valtionhallinnon näkökulmasta taideyrittäjyys on osa Luovaa taloutta, vaikka se ei välttämättä pysty vastaamaan luovan alan yrityksille asetettuihin kasvuodotuksiin ja yritystoiminnan kannattavuuteen⁶⁷. Tämä ei kuitenkaan vähennä taidealan tarvetta lisäkoulutukseen. Verkkokyselystä ja haastatteluista saamani tieto osoittaa, että alalla on selkeä tarve yrittäjyyskoulutukseen (Kuva 7).

KUVA 7. TAIDEALOJEN YRITTÄJILLE TARJOLLA OLEVA KOULUTUS



Koulutuksen tarve tuodaan esille myös Framen julkaisemassa selvityksessä mediataiteen menestyksen edellytyksistä (2018), jossa todetaan, että ”liiketoiminta ei lukeudu monien taiteilijoiden vahvuuksiin⁶⁸”. Kysyttäessä yrittäjiltä ovatko vastaajat saaneet yrittäjäkoulutusta, puolet heistä ilmoitti ettei ollut saanut minkäänlaista koulutusta (Kuva 8, s. 28).

Myös taiteilijoiden ja asiantuntijoiden haastatteluissa nostettiin esille puutteet yritysosaamisessa sekä koulutustarjonnan vähyydessä, jotka suorasti vaikuttavat yritysten toimintaedellytyksiin. Mediataidekentän verkoston toivottiin tarttuvan ongelmaan, vaikka samalla todettiin, että tämä vaatisi verkostossa mukana olevilta organisaatioilta uudenlaista ajattelua, johon se ei ole välttämättä valmis. Esimerkillisenä toimijana tuotiin esille Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK, joka tekee aktiivista työtä parantaakseen alan yrityksen tilannetta. Kysyttäessä asiasta AVEKin tuotantoneuvoja Tuuli Penttinen-Lampisuolta,

64 Yrittäjäkompetenssit käsittävät yrittäjyysvalmiudet, liiketoimintavalmiudet sekä yrittäjyyden normit ja lait.

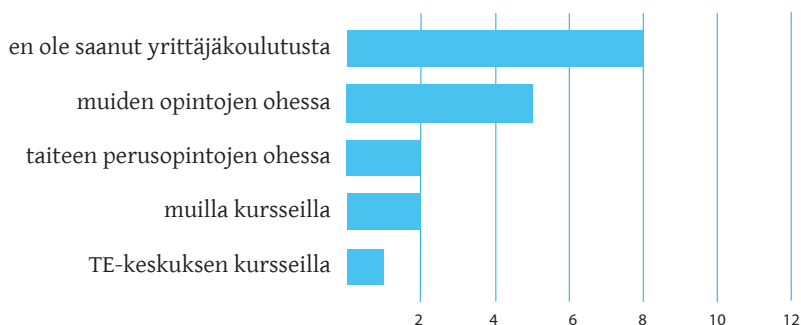
65 Hägg 2011, 183-185

66 Tarjanne 2007, 3

67 Kts. Brunila 2018

68 Muikku 2018, 31

KUVA 8. KOULUTTAUTUMINEN



nosti hän esimerkkinä esille opetus- ja kulttuuriministeriön rahoituksella toteutetun Media-ratatuon, joka käynnistyi syksyllä 2016, ja jota Penttinen-Lampisuo pitää viime aikojen merkittävimpänä mediataiteen kehityssakeleena AVEKissa.

”Se näyttää lisäneen alan avointa keskustelua tuotantoyhtiöiden tarpeellisuudesta, hyödyistä, haitoista ja ennen kaikkea mahdollisuuksista tuottaa mediataidetta eri tavoin. Tukea on jaettu vasta kahdesti, mutta omien havaintojeni mukaan tukea saaneissa yhtiöissä on paitsi tuotettu hienoja teoksia, myös kehitytty mediataiteen tuottajina. On tärkeää, että mediataiteen ammattilaiset kehittävät itse alan omaa tuotantokulttuuria!”⁶⁹”

Yrittäjyyskoulutuksen tärkeyden lisäksi haastateltavat toivat esille toiveen saada konsultaatioapua taideyrittäjille. Tärkeänä pidettiin yritystoiminnan sparrausta ja strategista suunnitteluapua. Tukea kaivattiin erityisesti taidetuotantoja ymmärtävältä konsultilta.

”Vaikka mediataiteilijalla olisi vaikka kuinka hyvä kirjanpitäjä, niin kirjanpitäjät katsovat aina hieman taaksepäin, eikä eteenpäin. Suomesta puuttuu tukipalveluita, joissa olisi riittävä asiantuntijuus luovaan alaan. Sellaisia yrityksiä on todella vähän tarjolla, jotka tarjoavat palveluina kirjanpitoa ja konsultointia.”⁷⁰”

Konsultaatiopalveluita voisivat tarjota myös alan järjestöt. Joillakin järjestöillä on jo tarjolla esimerkiksi tekijänoikeus- ja verotusneuvontaa, kuten Suomen taiteilijaseuralla. Nämä palvelut nähtiin kuitenkin sulkevan yrittäjät pois, sillä seura hyväksyy ainoastaan henkilöjäseniä. Seuran sivut tarjoavat kuitenkin tietoa myös yrittäjyydestä, vaikkakin melko yleisluontoisesti⁷¹.

⁶⁹ Lampisuo-Penttinen 18.1.2019

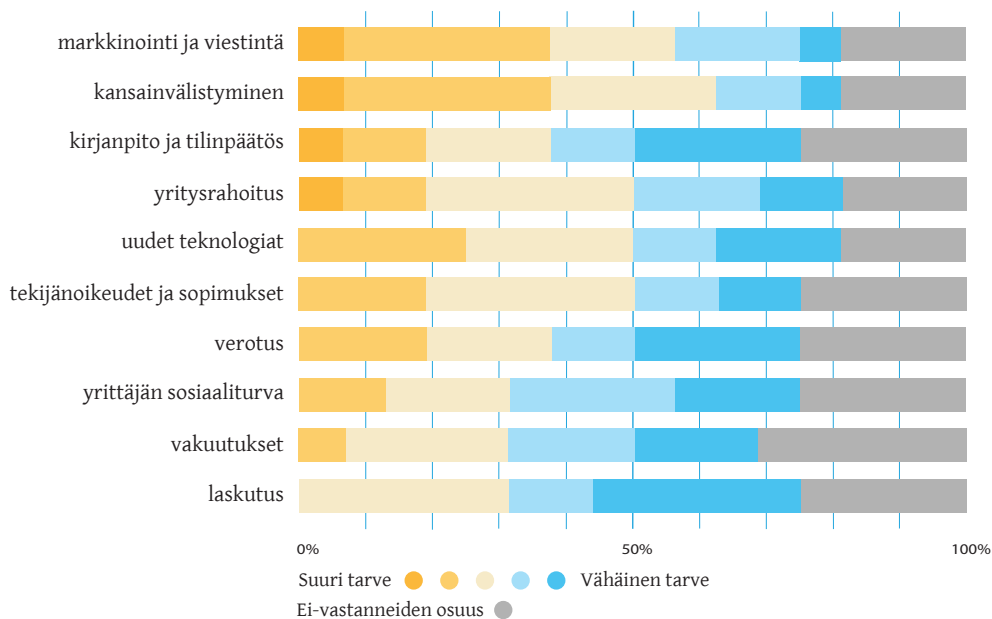
⁷⁰ Hakola 5.11.2018

Haastateltujen mediataiteilijoiden mukaan vahva tuotannollinen osaaminen parantaisi yrityksen uskottavuutta rahoittajien silmissä, sekä mahdollistaisi toiminnan kasvattamisen, jolloin yrityksellä olisi paremmat lähtökohdat esimerkiksi ottaa ulkopuolisten taiteilijoiden teoksia tuotantonsa.

Kysyttäessä miltä alueilta mediataidetta tuottavat yritykset kaipaavat lisäoppia, nousi verkostautuksissa selvimmin esille kansainvälistyminen sekä markkinointi ja viestintä. Avoimessa kysymyksessä vastaajat toivat esille lisäopin tarpeen galleria-/museologiikasta sekä elokuvatuotannosta yleensä. Jälkimmäinen on tärkeää videotaidetuotannoissa, joissa tuotannot toteutetaan samoilla työvälineillä (Kuva 9).

”Koulutuksia pitäisi suunnata myös ”tarkan markan” -tuotantoihin. Sen tulisi olla elokuva-alan koulutus, joka katsoo tuotantolähteitä laajemmin kuin niistä perinteisistä elokuva-alan lähteistä. Ja myös siitä näkökulmasta, ettei tehdä pelkästään elokuvateatteriin, vaan niin kuin laajennettu liikkuvan kuvan alan koulutus.”⁷²

KUVA 9. LISÄKOULUTUKSEN TARVE AIHEALUEITTAIN



71 Katso Suomen taiteilijaseuran sivut: <https://artists.fi/avainsana/yrittajyyys/>

Kuten edellä esitin, on yrittäjien koulutuksen tarve mediataiteen kentällä tunnistettu. Siihen on myös pyritty vastaamaan. Esimerkiksi suomalaisen mediataiteen keskeinen levitysjärjestö AV-arkki, joka on vuoden 2017 lopusta lähtien hyväksynyt myös yrityksiä jäsenikseen, on tietoinen alan yritysten heikosta liiketoimintaosaamisesta.

”...Yrittäjyys trendinä näyttää vahvistuvan. Taiteilijat mielletään helposti yrittäjiksi, joten nyt olisi keskeistä miettiä mitä voisi tehdä tukeakseen yrittämisen kulttuuria, jotta ihmisillä voisi olla toiminnallisia edellytyksiä tulla toimeen yrittäjinä paremmin⁷³.”

AV-arkin toiminnanjohtajan Kati Åbergin mukaan järjestön tavoitteena on lisätä koulutusta ja tiedotusta tuotantoyhtiöiden suuntaan yhdistyksen pienten resurssien puitteissa. Seuraava, syksyllä 2019, toteutuva hanke käsittelee mediataideteosten välittäjäportaan (mm. gallerioiden) koulutusta, joka välillisesti palvelee myös alan yrityksiä.⁷⁴

Edellä tuotujen kehittämistoimien lisäksi haastatellut mediataiteilijat painottivat, että ennen taiteilijan ammattiin ryhtymistä yrittäjäkoulutus tulisi saada vahvemmin osaksi myös taidealan koulutusta, jotta tulevat ammattilaiset ymmärtäisivät paremmin työn tekoa myös talouden näkökulmasta.

Jo 33 vuotta taidealan yrittäjänä toimineella Marikki Hakolalla onkin omakohtaista kokemusta siitä, miten taitojen puute voi vaikuttaa liiketoiminnan suunnitteluun, ja miten hyvät tiedot yritystoiminnasta auttavat liiketoiminnan kannattavana pitämisessä.

”Siperia opettaa. Kun 90-luvun nousun jälkeen mun yritys ”mätkähti alas mättähälle”, niin silloin täytyi ryhtyä opiskelemaan oikeasti mitä tämä yritystoiminta on. Tein tuoloin liiketoimintasuunnitelman – ensimmäisen, josta oli erittäin paljon hyötyä. Ei niinkään siitä liiketoimintasuunnitelmasta sinänsä, vaan prosessista, joka johti siihen suunnitelmaan.⁷⁵”

Taiteilijoiden yrittäjäidentiteettiä tutkinut Outi Hägg näkee liiketoimintasuunnitelman tekemisenä osana yrittäjyyden syntymäriittiä. Muita riittejä voivat hänen mukaansa olla oman kompetenssikartan laatiminen, visuaalisen yrittäjäportfolion kokoaminen ja kannattavuuslaskelmien tekeminen.⁷⁶

3.4. Teosten verkostotuottaminen ja tuottajien tarve

Tähän tutkielmaan osallistuneet yrittäjät ovat valtaosin yksinyrittäjiä. 89 % verkkokyselyn vastaajista ilmoitti yrityksensä henkilöstömääräksi 0-1 henkilöä. Mediataidetuotannot vaa-

⁷² Blåfield 5.11.2018

⁷³ Åberg 8.1.2018

⁷⁴ sama

⁷⁵ Hakola 5.11.2018

⁷⁶ Hägg 2011, 142

tivat kuitenkin usein useamman hengen panostuksen onnistuakseen. Tuotannot rakentuvat tuolloin osajaverkostoihin, joissa yrittäjät työllistävät alihankinnalla muita yrittäjiä ja palkkaavat freelancereita määräaikaisiin työsuhteisiin. Tällaisten tuotantojen työllistämisvaikutus voi olla erittäin suuri.

”Parhaimmillaan se [tuotanto] on sitä, että mediataiteilija löytäisi sellaisen verkoston, jossa hän voisi keskittyä asioihin joissa on erityisen hyvä. Ja tehdä siinä verkostossa yhteistyötä muiden ihmisten kanssa, jotka on omalla alueellaan hyviä. Tämä korostaa freelancer-tekijyyttä, mikroyrittäjyyttä ja pätkätyösuhteita, mutta en tiedä mitä huonoa siinä on? Jos mietitään, miten työstä saadaan mahdollisimman korkealaatuista, niin tämä verkostomalli on ainoa mahdollisuus.”⁷⁷

Puhuttaessa eri rooleista tuotannoissa haastatellut mediataiteilijat toivat esille tuotantojen onnistumisen kannalta keskeisen työtehtävän, jolta tällä hetkellä puuttuvat tekijät lähes kokonaan eli ammattilaistuottajat. Syyksi tuottajien puuttumiseen nähtiin yksiselitteisesti taloudelliset realiteetit eli taidetuotantojen pienet budjetit, jotka eivät mahdollista tuottajan palkkaamista pieniin tai keskisuuriin tuotantoihin ollenkaan, tai ainoastaan projektikohtaisesti, jolloin esimerkiksi yritystoiminnan pitkäjänteinen kehittäminen jää yksin yrityksen omistavan taiteilijan harteille.

Tuuli Penttinen-Lampisuo AVEKista korostaa, että ammattimaisten tuottajien puutteella on selkeästi nähtävä vaikutus alan kehittymiseen. Koska mediataidekentällä on toistaiseksi vain harvoja kokeneita tuottajia ja tuotantoyhtiöitä, alan organisoituminen ja lobbaustyö ovat heikkoja. Penttinen-Lampinen tuo kuitenkin esille, että kehitys on menossa parempaan suuntaan. Nykyaikaisen asiantuntijaorganisaatio Frame on käynnistänyt mediataiteen strategiatyön, jonka hän toivoo puhuttelevan valtioneuvostoa sekä *”johdattavan mediataiteilijat, mediataiteen järjestöt ja mediataiteen tuotantoyhtiöt uudelleenlaiseen yhteistyöhön”⁷⁸.*

Tuottajan roolista kysyttäessä haastatellut mediataiteilijat toivat esille sen, ettei tuottajan työn tärkeys ole pelkästään tuotannon perusasioiden, kuten rahoituksen hankinnassa ja hallinnassa, vaan myös tulkin roolissa taiteen ja teknologian välisessä yhteistyössä ja tällaisten projektien mahdollistajana.

Tuottajien puuttuessa taidekentältä tuotannolliset tehtävät kaatuvat usein yrittäjien niskaan. Taideyrittäjän näkökulmasta tuottajan ja taiteilijan roolin yhteensovittaminen on haastavaa.

”Kysymys on organisoimisesta ja miten eri identiteetit jaetaan ja ne pitää selvästi jakaa erikseen. Ne [taiteilijuus ja yrittäjyys] on niin erilaisia ajattelutapoja, etten mä voi yhdistää niitä. Silloin kun on tuotanto käynnissä ja pitäisi tehdä luovaa työtä, niin siihen ei mitenkään sovi järjesteleminen. Silloin on tärkeää, että mulla on työryhmässä ihminen, joka hoitaa kaikki järjestelemiseen liittyvät asiat.”⁷⁹

⁷⁷ Hakola 5.11.2018

⁷⁸ Penttinen-Lampisuo 15.1.2019

⁷⁹ Blåfield 5.11.2018

Tästä huolimatta haastattelemani taiteilija-yrittäjät, Maija Blåfield ja Hanna Haaslahti, pitivät tuottajan roolia kiinnostava vaihtoehtona ja mahdollisuutena itselleen, mikäli rooli sisältäisi myös luovaa työtä esimerkiksi teoksen suunnitteluvaiheessa.

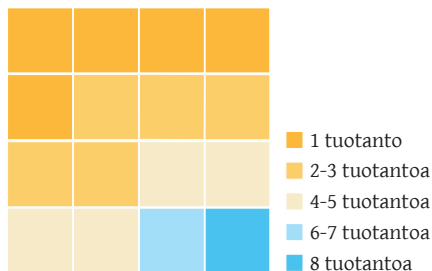
3.5. Taidetuotannot

Haastatteluiden aikana yrittäjät toivat esille, että yrityksen toiminnan jatkuvuuden vuoksi ennakkotuotanto- eli kehittelyvaiheessa tulee olla useampi projekti yhtä aikaa. Varsinaisen tuotantovaiheen vaativuuden ja yhtiöiden vähäisten resurssien vuoksi teoksia ei kuitenkaan voi olla enää tuotannossa monta samaan aikaan. Usein on mahdollista tuottaa vain yhtä teosta kerrallaan, muuten teokset joutuvat kilpailemaan samoista apurahoista.

Verkkokyselyyn vastanneilla yrittäjillä tuotannossa tai kehittelyssä olevien tuotantojen lukumäärä vaihteli yhden ja kahdeksan tuotannon välillä (Kuva 10). Yrityksillä, jotka tuottivat vain yrityksen omistajien teoksia, kehittelyssä ja tuotannossa olleiden teosten määrä oli kaksi tuotantoa vuosien 2015–2018 aikana. Yritykset, jotka tuottivat myös muiden taiteilijoiden teoksia, tuotantojen määrä samalta ajalta oli puolet isompi eli neljä tuotantoa.

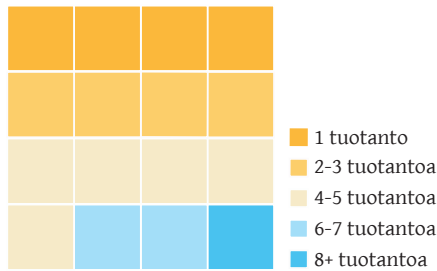
Yrityksiltä kysyttiin myös valmistuneiden mediataidetuotantojen määrää vuosina 2015–2018 (Kuva 11). Ilmoitettujen tuotantojen määrä vaihteli yhden ja kolmentoista tuotannon välillä. Yritykset, jotka tuottivat vain omistajiensa teoksia, olivat saaneet valmiiksi keskimäärin kolme teosta, kun taas myös ulkopuolisten taiteilijoiden töitä tuottaneissa yrityksissä valmiiden tuotantojen määrä oli keskimäärin viisi.

Kuva 10.



Kehittelyssä ja tuotannossa olevien teosten määrä vuosina 2015–2018

Kuva 11.



Valmistuneiden tuotantojen määrä vuosina 2015–2018

Yhtä yritystä lukuun ottamatta kaikki vastaajat ilmoittivat tuottavansa yrityksen omistajan tai omistajien teoksia. Viisi yritystä (31 % vastaajista) tuottaa myös yrityksen ulkopuolisten mediataiteilijoiden teoksia ja siis vain yksi yritys tuottaa pelkästään ulkopuolisten mediataiteilijoiden taidetta.

Muiden taiteilijoiden teosten tuottaminen nähtiin kiinnostava vaihtoehtona, vaikka muun muassa mediataidetuotantojen pienet budjetit koettiin olevan este tälle.

”Pienistä installaatiotuotannoista ei palkkaa tule millään, jolloin sen oman proggiksen tekeminen tässä niukkuudessa on kuitenkin motivoivampaa⁸⁰.”

Yksi tuotantojen määrän kasvattamiseen vaikuttava tekijä oli myös epäily oman riittävän tuotannollisen osaamisen puuttumisesta. Pienten tuotantorahojen nähtiin osaltaan vaikeuttavan tuotantojen onnistumista, sillä se vaikuttaa suoraan ammattilaisosaajien palkkaamiseen, erityisesti liikkuvan kuvan teoksissa, joissa tuotantovälineet ovat samoja kuin elokuvatuotannoissa. Elokuvia tuottavat tuotantoyhtiöt seuraavat tuotannoissa ammattiliittojen asettamia palkkataulukkoja, jolloin mediataitehankkeille myönnettyjen tukirahojen pienuus voi tehdä esimerkiksi elokuvaajan palkkaamisen taidetuotantoon mahdottomaksi.

”Palkoissa onkin paljon sovittamista, jos haluaa olla kustannustehokas. Kun rahoitus tulee vain mediataiteen rahoittajilta, eikä elokuvarahoittajilta, niin sieltä puuttuu aina nolla perästä. Eli miten nämä kaksi maailmaa saadaan sovitetuksi toisiinsa?⁸¹”

Huolimatta mediataideteosten tuottamiseen liittyvistä haasteista, voi verkkokyselyyn vastanneiden yrittäjien tulevaisuuden näkymiä pitää positiivisinä. Vaikka suurin osa vastaajista (56 %) ilmoitti pitävänsä tuotantojen määrän samalla tasolla tulevina vuosina, lähes 40 % suunnitteli kasvattavansa tuotantojen määrää. Vain yksi vastaajista suunnitteli tuotantojen määrän vähentämistä tulevaisuudessa.

3.6. Teosten kotimainen rahoitus

Yrittäjille suunnatussa verkkokyselyssä kysyin myös yrityksen liikevaihtoa viimeiseltä kolmelta päättäneeltä tilikaudelta. Vain neljä yritystä vastasi tähän. Julkisten kaupparekisteritietojen pohjalta ensisijaisesti mediataidetta tuottavien yritysten⁸² liikevaihto on viime vuosina jäänyt, muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta, keskimäärin alle 20 000 euroa per tilikausi. Tieto on suuntaa antava ja perustuu sekä keräämääni, tältä osin vaillinaiseen aineistoon että julkisiin kaupparekisteritietoihin, jotka nekään eivät anna tietoa kaikkien yritysten osalta.

Kysyessäni yrittäjiltä yritystoiminnan esteistä, ylivoimaisesti merkittävimäksi nousi rahoituksen puute (Kuva 12, s. 34). Tämän lisäksi puolet vastaajista näki resurssitekijät merkittävänä tai erittäin merkittävänä esteenä. Yritystoiminnan sääntely oli vastaajien mukaan vähiten merkittävä este yritystoiminnalle.

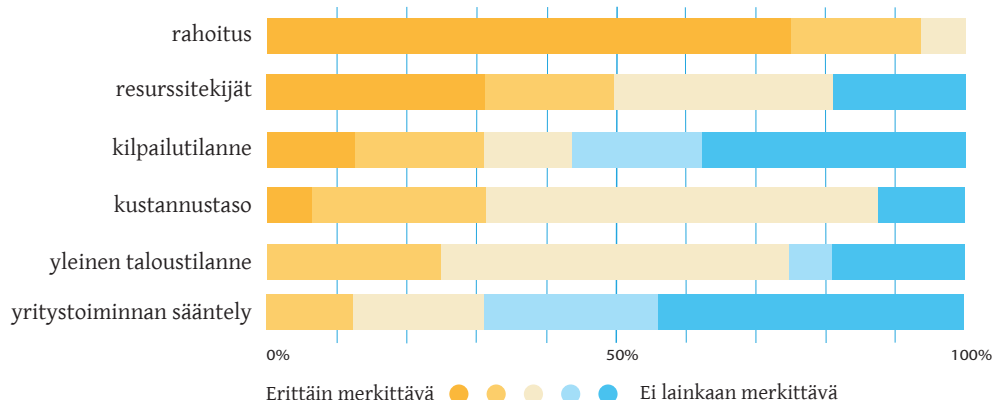
Verkkokyselyssä kartoitin myös eri tulolajien merkitystä yrityksille. Ylivoimaisesti merkittävimäksi tulolajiksi nousivat kotimaiset apurahat. Näin koki 94 % vastaajista (Kuva 13, s. 34). Ainoastaan yksi yritys ilmoitti, etteivät apurahat olleet lainkaan merkittävä tulolaji. Tämän yrityksen päätoimiala ei ole mediataide, vaan viihde, joka selittää muista poikkeavan vastauksen. Ulkomaisen apurahat nousivat merkityksellisiksi hieman yllättäen vain noin 15 %:lle, vaikka 75 % yritystä kertoi verkkokyselyssä tekevänsä kansainvälisiä yhteistuotantoja.

⁸⁰ Hakola 5.11.2018

⁸¹ Blåfield 5.11.2019

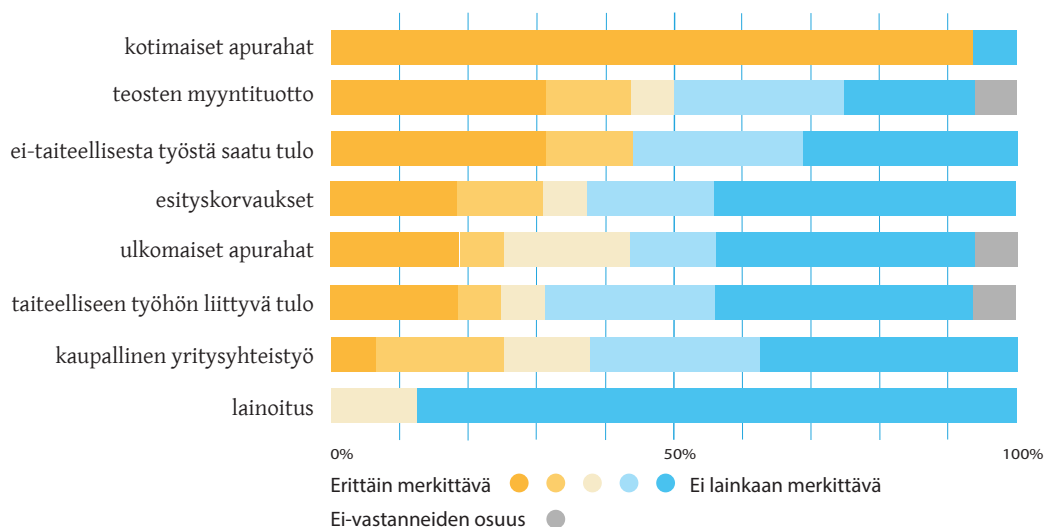
⁸² AVEKin yrityksille suunnattua mediatukea saaneet yritykset 2015–2018. Kaikki yritykset eivät ole ilmoittaneet liikevaihtoaan julkisesti.

KUVA 12. YRITYSTOIMINNAN KANNALTA MERKITTÄVÄT ESTEET



Kotimaisten apurahojen jälkeen merkittävimmit tulolajeiksi nousivat teosten myyntituotot sekä ei-taiteellisesta työstä saadut tulot. Huomioitavaa kuitenkin on, että näiden tulolajien merkittävyys ei noussut korkealle suhteessa apurahaan, vaikka ne nähdäänkin tärkeänä lisänä.

KUVA 13. ERI TULOLAJIEN MERKITTÄVYYS YRITYKSEN LIIKETOIMINNAN KANNALTA



”Taideyrittäjänä mulle ei ole jäänyt voittoa, enkä ole pystynyt maksamaan itselleni palkkaa, se on ihan päivänselvä, mutta jos teoksen myy vaikka museolle, niin sillä pystytään kattamaan tappiot, kattamaan kiinteitä kuluja ja tekemään laitehankintoja ja muita investointeja tulevaisuuteen.”⁸⁴”

Mediataidetta tuottavat yritykset voivat Suomessa hakea tuotantotukea vain muutamasta lähteestä; AVEKista, Suomen elokuvasäätiöstä ja Koneen säätiöltä. Muut mediataiteen keskeiset rahoittajat, esimerkiksi Taiteen edistämiskeskus ja Suomen kulttuurirahasto, tukevat vain yksityishenkilöitä ja työryhmiä. Yrityksille suunnatut tuotantotuet ovat kuitenkin usein suuruudeltaan isompia kuin yksityishenkilöille myönnettävät tuet.

Audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus AVEK jakaa mediataideteosten tuottamiseen kohdeapurahaa yksityishenkilöille ja työryhmille ja tuotantotukea yrityksille. Kohdeapurahaa myönnettiin vuonna 2017 keskimäärin 4 180 euroa per tuotanto, kun taas yrityksille myönnettävän tuotantotuen suuruus oli keskimäärin 9 324 euroa per tuotanto.⁸⁵ Edellä olevien tukien lisäksi yritykset voivat hakea AVEKista tukea myös teosten ennakkovalmisteluun ja jälkituotantoon. Rahoitusmalli, joka on käytössä myös Suomen elokuvasäätiössä, mahdollistaa paremmin sen, että yrityksellä voi olla eri tuotantovaiheessa olevia teoksia tuotannossa useampi yhtä aikaa. Tällä on positiivinen vaikutus mm. yrityksen kassavirran jatkuvuuteen.

Mediataiteen tuotantoneuvoja Tuulikki Penttinen-Lampisuo tuo esille, että AVEKin käyttämää, mediataiteen kentällä ainutlaatuista mallia tulisi hyödyntää yrityksissä enemmän esimerkiksi erilaisten teosversioiden teossa jälkituotantotuella.

”Toivoisin, että taiteilijat eivät näyttelyn installaatioversion jälkeen jättäisi teoksia sikseen, vaan että he tuottaisivat niistä eri versioita. Suurella vaivalla kuvattu ja äänitetty hieno, luova materiaali voisi jälkituotannossa taipua moneksi. Esimerkiksi: napakaksi yhden kuvakanavan versioksi festivaalileivitykseen, kerronnallisesti selkeämmäksi versioksi televisioon, mykäksi versioksi julkisen tilan projisointiin tai vaikka lempäksi versioksi hoitolaitoskäyttöön. Mahdollisuuksia on. Eri versioille voisi hakea erillisrahoituksen ja ne voisivat kerryttää erilaisia esitystuloja.”⁸⁶”

Myös Suomen elokuvasäätiön jakama tuotantotuki on mahdollistanut audiovisuaalisten mediataideteosten tuottamisen. Suomen elokuvasäätiön tavoite on *”edistää korkeatasoista, monipuolista ja omaperäistä kotimaista elokuvatuotantoa sekä laajaa ja kattavaa elokuvan tarjontaa ja jakelua”⁸⁷*. Elokuväsäätiön elokuvatuotannoille myönnetty tuki on harkinnanvaraista ja sen saamiselle on asetettu mm. seuraavia ehtoja: teoksella tulee olla *”ammattimainen levitys, joka mahdollistaa tarkoituksenmukaisen ja mahdollisimman laajan yleisön ja näkyvyyden julkisten esitys*

⁸⁴ Blåfield 5.11.2019

⁸⁵ AVEK, toimintakertomus <https://www.kopiosto.fi/app/uploads/2018/09/19151853/AVEKin-toimintakertomus-kaudelta-2016-2017-sek%C3%A4-syyskaudelta-2017-web.pdf> (luettu 21.10.2018)

⁸⁶ Penttinen-Lampisuo 15.1.2019

⁸⁷ Suomen elokuvasäätiö, kotisivut: <http://ses.fi/tukitoiminta/haettavat-tuet-ja-hakuajat/tuotantotuki/>

ja jakelumuotojen kautta ⁸⁸”. Elokuvatuotannoissa tämä on pääsääntöisesti tarkoittanut tv-levitystä ja/tai kaupallista levitystä kuten elokuvateatteri- ja video on demand -levitystä. Tämä on aiheuttanut sen, ettei mediataide asetu Elokuvasäätiön tukiraameihin kovin helposti. Ehdot koetaankin liian tiukoiksi taiteen tuotannossa.

”Koen, että joudumme puristamaan taiteellisen toiminnan sellaiseen formulaan, joka sille on vieras vain sen vuoksi, että taiteen tukijärjestelmä on niin jäykkä ⁸⁹.”

Toivoa tilanteen muuttamiseksi nähdään tammikuussa 2019 voimaan tullessa elokuvalais-
sa valtion rahoituksesta elokuvakulttuurin edistämiseksi ⁹⁰. Lain, joka koskee valtionavus-
tusten myöntämiseen liittyvän julkisen vallan järjestämistä AVEKissa ja erityisesti Suomen
elokuvasäätiössä, toivotaan muuttavan audiovisuaalisille tuotannoille suunnattujen tukien
myöntämisprosessia ja avaavan audiovisuaalisten teosten kriteerit entistä monipuolisem-
pien teosten haettavaksi.

*”Kysymys on kulttuurisista konventioista, joissa on totuttu siihen, että Elokuvasäätiö
rahoittaa elokuvia. Mediataide on tietynlainen kulttuurinen diskurssi, koska esim. me-
diataiteen ja elokuvataiteen toteutuksessa ei ole juurikaan mitään eroa nykyään. Niiden
esitystavoissa ja budjeteissa on. Teknologiassa ei ole mitään eroa, aivan samoja laittei-
ta käytetään. ⁹¹”*

Elokuva- ja taidealan ulkopuolisen yritysrahoituksen kiinnostavuus ei ole keräämäni verk-
kokyselyn ja haastatteluista saadun tiedon pohjalta kovin suurta. Globaalin kasvun kiihdyt-
tämöksi itseään kutsuva Business Finland on yksi keskeisiä yritystoiminnan ja teknisen ke-
hittelyn rahoittajista Suomessa. Se määrittelee tavoitteekseen ”luoda uutta kasvua auttamalla
yrityksiä kansainvälistymään sekä tukemalla ja rahoittamalla innovaatioita ⁹²”. Tämä ei kuitenkaan
istu mediataiteen tekemisen pirtaan kovin helposti.

*”Yritysrahoituksen ja mediataiteen keskeinen ongelma kulminoituu siihen, että harva
taiteilija keskittyy taloudelliseen kasvuun. Suomen yritysrahoitus on kuitenkin sidot-
tu kahteen asiaan, a) nopeaan kasvuun ja b) kansainvälistymiseen. Tosi monella me-
diataideyrityksellä on kansainvälistä toimintaa, mutta se ei ole fokusoitunut nopeaan
kasvuun. Se on juuri päinvastoin, taiteen alan yritykset on sidottuja elämäntapaan ja
yritykset ovat vain työkaluja. ⁹³”*

⁸⁸ Suomen elokuvasäätiö, tukiopas: http://ses.fi/fileadmin/dokumentit/TUKIOPAS_Tuotantotuki.pdf (Luettu 21.10.2018)

⁸⁹ Hakola 5.11.2018

⁹⁰ Elokuvalaki, Finlex: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/kumotut/2000/20000028> (Luettu 21.10.2018)

⁹¹ Hakola 5.11.2018

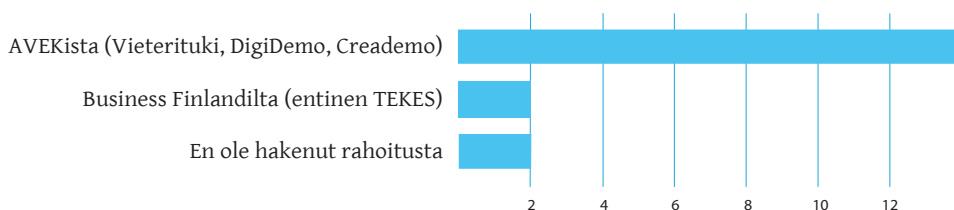
⁹² Business Finland, kotisivu: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/etusivu/> (Luettu 13.1.2019)

⁹³ Hakola 5.11.2018

Verkkokyselyyn vastanneista yrittäjistä vain 13 % oli hakenut rahoitusta Business Finlandilta (Kuva 14). Sen sijaan AVEKista haettavia tukia, mm. uusien kulttuurisisältöjen tuotekehitykseen, sekä uusien palveluiden ja toimintamallien kehittelyyn, oli suurin osa vastaajista hakenut. Yhdeksi syyksi siihen, miksi AVEK nähtiin houkuttelevampana vaihtoehtona on ”yhteinen kieli”, joka ei tee hakemusten teosta liian työlästä.

”Business Finlandista hakeminen on hankalaa, jos ei ole olemassa edes yhteistä sanastoa. Taiteilijat eivät ole kiinnostuneet yrityksen kehittämisestä, vaan taiteen kehittämisestä, jolloin voi olla vaikea mieltää, että mihin Business Finlandin tarjoamia rahoja haetaan. Ehkä kyse on vaan terminologiasta.”⁹⁵”

KUVA 14. YRITYS ON HAKENUT APURAHAA TEKNISEEN KEHITTELYYN TAI TUTKIMUSTOIMINTAAN



Kysyttäessä syytä siihen miksi yritys ei ole saanut tai hakenut yritysrahoitusta tekniseen kehittelyyn, verkkokyselyyn vastanneista yrittäjistä 38 % kertoi ensimmäiseksi syyksi sen, ettei yritys tee teknistä kehittelyä. Myös rahoituksen yleinen huono saatavuus sekä korkean pääoman vaatimuksen koettiin esteiksi haulla tai rahan saamiselle. Muina syinä mainittiin hakemusten tekemisen olevan liian aikaa vieviä (Kuva 15, s. 38).

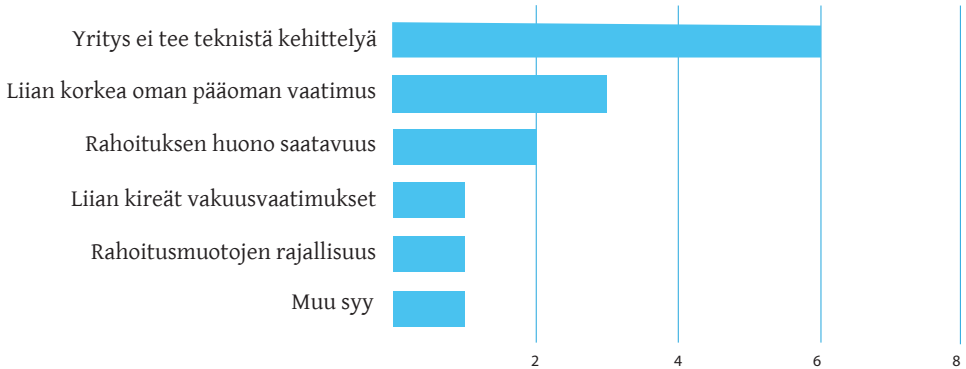
Yritysrahoituksen hakemisen haastavuus tai yritystoiminnan yleinen haastavuus ei ole kuitenkaan estänyt mediataiteilijoita perustamasta tuotantoyhtiöidensä rinnalla yrityksiä, joiden tavoitteet ovat taloudellisia. Tällaisia yrityksiä ovat mm. Fantomatico Oy (museonäyttelyiden suunnittelu ja toteutus), StarHope Creative (audiovisuaalinen-, tapahtuma- ja pelituotanto) ja Ikahu Oy (mm. laitevuokraus, -myynti ja konsultointi). Fantomatico Oy:n osaomistaja, mediataiteilija Hanna Haaslahti kokee kaupallisen yritystoiminnan tukevan hänen taiteellista työtään.

”Luovuutta voi hyödyntää monilla muillakin tavoilla. Me [Fantomaticossa] esimerkiksi teemme luovan alan työtä suunnitellessamme museoille näyttelyitä. Onko se kaupallista toimintaa, koska ne on myös kulttuurialan tekijöitä, joilla on pienet budjetit? Kai se on. Mutta en usko, että mun taiteilijuus olisi mahdollista, jos mulla ei olisi tällaista yhteistyötä ja kokeiluja.”⁹⁵”

⁹⁴ Haaslahti 21.12.2018

⁹⁵ sama

KUVA 15. SYYT MIKSI EI OLE SAANUT TAI HAKENUT TUKEA TEKNISEEN KEHITTELYYN



Suomesta löytyy myös yrityksiä, joiden liiketoimiala on jokin muu kuin mediataide, esim. viihde ja elokuvat, mutta jotka tuottavat kaupallisten tuottajien rinnalla myös epäkaupallista taidetta. Tällainen yritys on esimerkiksi Rovaniemellä sijaitseva luova digitoimisto Flatlight Creative House. Yrityksen vastaavan tuottajan Maria Gullstenin mukaan yritys on lähtenyt tuottamaan mediataidetta ”monen yhteensattuman summana”. Päätös tuottamisesta perustuu henkilökohtaiseen motivaatioon: ”*Itselleni on tärkeää päästä välillä tekemään kaupallisesti riippumattomia sisältöjä ja siten ottaa osaa yhteiskunnalliseen keskusteluun.*” Motiivina Gullstenin mukaan on myös työrauhan takaaminen taiteilijoille sekä halu ”*laajentaa vakituisten henkilöstömme ilmaisuja ja osaamista sekä miettiä uusia levityskeinoja ja -kanavia taiteelle.*”⁹⁶

3.7. Tutkimus, kehittäminen ja innovaatiotoiminta

Mediataiteen historia on sidottu teknologiaan ja sen kehitykseen. Taiteilijoiden kiinnostus uusiin ilmaisumuotoihin on johtanut mm. erilaisten teknologioiden innovatiivisiin käytömuotoihin. Merkittävänä alkusysäyksenä taiteen, tieteen ja teknologian yhteistyölle on pidetty hanketta, joka tunnetaan nimellä 9 Evenings: Theatre and Engineering⁹⁷. Tämän yhteistyöhankkeen hedelmiä esiteltiin New Yorkissa 1966; esityslavalla nähtiin tuolloin teknologiaa, jota ei ennen tätä oltu hyödynnetty taiteessa. Yhteistyön seurauksena syntyi myös teknisiä innovaatioita, jotka pidemmän tuotekehittelyn seurauksena ovat päätyneet kaupalliseen käyttöön, mm. langaton mikrofoni⁹⁸.

9 Evenings -hanketta seuranneen E.A.T-organisaation⁹⁹ synty on nähty luoneen pohjan taiteilijoiden ja insinöörien väliselle yhteistyölle ja edesauttaneen nykyisen mediataiteen ja taide-tiede-teknologia -yhteistyön syntymistä. 90-luvun puolivälistä lähtien insinöörien, tutkijoiden ja taiteilijoiden väliselle yhteistyölle on kehitelty lukuisia taiteilijaresidenssi- ja

⁹⁶ Gullsten 11.12.2018

⁹⁷ La Fondation Daniel Langlois (2006): 9 Evenings: Theatre and Engineering Introduction. <http://www.fondation-langlois.org/html/e/page.php?NumPage=1840> (Luettu 5.1.2019)

⁹⁸ Lacerte, Sylvie (2005): A gap to fill in art history's recent chronicles. <http://www.fondation-langlois.org/html/e/page.php?NumPage=1716> (Luettu 5.1.2019)

⁹⁹ Billy Klüver (1967): E.A.T. - Experiments in Art and Technology. Julkaisija Media Art Net <http://www.medienkunstnetz.de/works/documents/?desc=full>. (Luettu 5.1.2019)

yhteistyöohjelmia, joissa taiteilijat ovat osallistuneet työpanoksellaan lähes kaikkiin tieteen aloihin¹⁰⁰.

Osana tutkielmaani selvitin mediataidetta tuottavien yritysten ja yrittäjien kiinnostusta tutkimus- ja kehittäytöimintaan yhteistyössä korkeakoulujen ja yritysten kanssa. Kerätyn tiedon mukaan kyselyyn vastanneiden kiinnostus, lähtökohdat ja yhteistyölle asetetut tavoitteet vaihtelivat suuresti, yhtenäistä linjaa ei löytynyt.

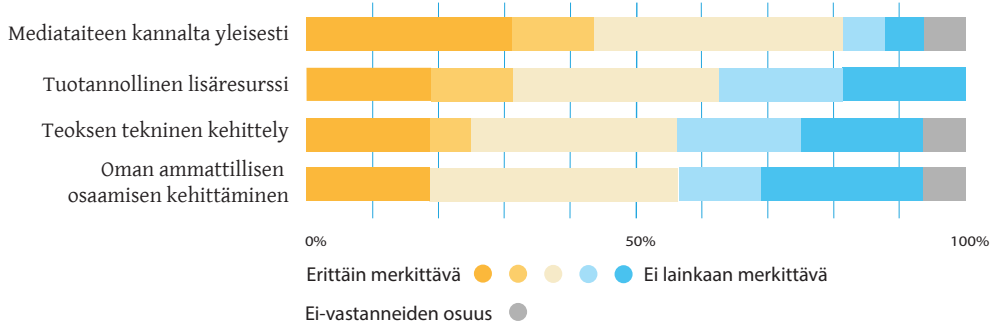
3.7.1. Yhteistyö oppilaitosten, korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa

”Akateeminen maailma on luova. Tieteen ja taiteen välisessä yhteistyössä kumpikin etsii samaan kysymykseen vastausta omasta näkökulmastaan tieteellisellä otteella. Yhteistyön tulos voidaan jakaa sekä akateemisessa maailmassa että taidemaailmassa.”¹⁰¹

Puolet verkkokyselyyn vastanneista ilmoitti tehneensä yhteistyötä korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa. Ammattikorkeakoulujen kanssa yhteistyötä oli tehnyt 25 % vastanneista. Yrittäjä, jotka eivät nähneet tarvetta yhteistyölle, oli 37 % vastanneista.

Yleisimmät yhteistyön muodot korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa olivat koulutusyhteistyö sekä teosten tekninen kehittäminen (31 % vastaajista). Teknisiin innovaatioihin liittyvää kehittäytötyötä oli tehnyt 19 % vastaajista. Kohdassa muu yhteistyö tuotiin esille muun muassa korkeakouluharjoittelijoiden käyttö. Kysyttäessä eri yhteistyömuotojen merkityksellisyydestä tärkeimpänä yhteistyön muotona nähtiin tuotannolliset lisäresurssit, vähemmän tärkeinä pidettiin teokseen liittyvää teknistä kehittäytöä ja oman ammatillisen osaamisen kehittämistä. Lähes 45 % vastaajista piti yhteistyötä alan kannalta kuitenkin merkittävänä tai erittäin merkittävänä (Kuva 16).

KUVA 16. KOULUJEN JA TUTKIMUSLAITOSTEN KANSSA TEHTÄVÄN YHTEISTYÖN MERKITTÄVYYS



100 Malina 2006, 17

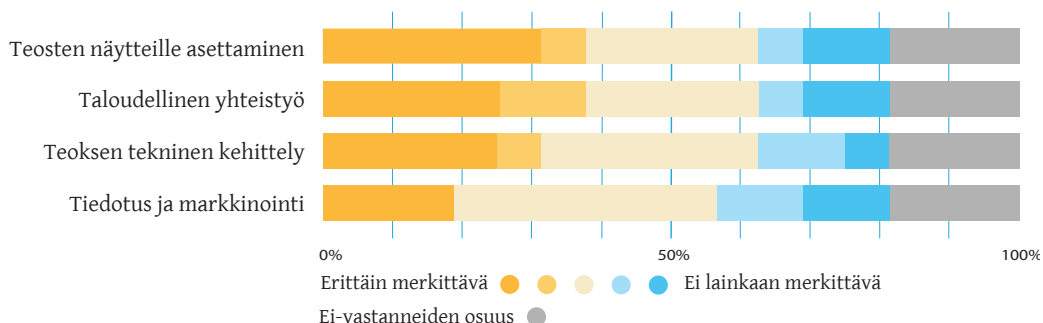
101 Haaslahti 21.12.2018

3.7.2. Yhteistyö yritysten kanssa

Kysyttäessä taiteilija-yrittäjien tekemästä yritys-yhteistyöstä, 62 % vastaajista ilmoitti tehneensä yhteistyötä yritysten kanssa. Merkittävimpänä yhteistyön muotona pidettiin teosten näytteille asettamista sekä taloudellista yhteistyötä. (Kuva 1).

Kysyin yritys-yhteistyön merkitystä yrittäjille myös haastatteluissa, joissa nousi esiin varautuneisuus yritys-yhteistyötä kohtaan. Epäkiinnostavana yhteistyö nähtiin esimerkiksi silloin, kun yritys antaa taiteilijalle liian kapean roolin ”vain dekoraatioiden tekijänä”. Myös yritysten tavoitteet ja taloudelliset paineet päästä tuloksiin nopeasti nähtiin ristiriidassa oman työn kanssa.

KUVA 17. YRITYSTEN KANSSA TEHTÄVÄN YHTEISTYÖN MERKITTÄVYYS



”On hirveän vaikea hypätä kesken mukana sellaiseen projektiin, jota on pitkään kehitelty ja sun pitäisi tuottaa nopeasti siihen jo valmiin tuotteen päälle jotain. Ne on aikana kaukana toisistaan, ne maailmat.”¹⁰²”

Omien mediataideteoksen tuotteistaminen olisi taiteilijoille myös haastavaa, vaikka Marikki Hakolan mukaan teoksissa saattaisi olla enemmän potentiaalia kuin tekijät itse niissä tunnistavat.

”Mediataite tuotteena aiheuttaa identiteettikriisin. Vaikka teokset olisivat mielenkiintoisia myös tuotteina ja palveluina, niin todella harva (taiteilija) sitä edes miettii.”¹⁰³”

”Mediataiteilijat ovat keksineet isot härvelit jo 5-10 vuotta ennen niiden markkinoille tuloa ja tehneet demon. Taiteilijat eivät kuitenkaan ole hyötynet niistä, koska tarvitaan isojen firmojen resurssit, jotta siitä saadaan kuluttajille sopivaa teknologiaa. Se on toisenlaista luovuutta. Monet taiteilijat eivät ole edes kiinnostuneita näkemään mitä niiden demosta syntyy.”¹⁰⁴”

¹⁰² Haaslahti 21.12.2018

¹⁰³ Hakola 5.11.2018

¹⁰⁴ Haaslahti 21.12.2018

Haasteena pidettiin myös yhteistyön merkityksen ja sen tulosten mittaamisen puuttumista. Yhteistyö saattaisi huonoimmillaan merkitä sitä, ettei taiteilija voisi hyödyntää työn tulosta tai työstä saatu korvaus ei vastaisi yhteistyöhön käytettyjä työtunteja.

”Rahoitusmalleja, jossa yrityksiin tulee taiteilija residenssiin vähäksi aikaa, on aika paljon kansainvälisesti. En tiedä millä mittapuulla niiden menestystä voitaisiin mitata ja mitä taiteilija siitä sitten hyötyy, jos se menee pienellä rahalla tekemään innovaatiotointintaa, josta se ei itse hyödy mitään.”¹⁰⁵

Yhteistyön esteenä voidaan pitää myös instituutioissa ja yrityksissä vallitseva kontrolli muun muassa IP-oikeuksista, sekä asenteta oman asiantuntijuuden suojelemiseksi (kts. Glezos 2010). Miten taiteen, tieteen ja teknologian välille saataisiin sitten luotua hyvät toimintaedellytykset?

Kysymykseen ei liene suoraviivaista vastausta, varsinkaan kun hybridinomainen ala ei avaudu alan ulkopuolisille helposti. Mediataidekentän keskeisten toimijoiden ulkopuolelta löytyy Suomessa aktiivista toimintaa, joka ei sovi perinteiseen videotaidetuotantoon tai perinteisten mediarahoittajien asettamiin raameihin. Avoimen lähdekoodin innovaatioita, ohjelmistoja ja teoksia syntyy pienissä yrityksissä, työpajoissa ja residenssiohjelmissa, joissa nykypäivän ”erkkikurenniemit” työstävät ja luovat uusia innovaatioita ja teoksia mm. päivittämällä jo olemassa olevien teknologioiden käyttötapoja. Hacktivismin ja DIY-kulttuurin edustajat ovat kuitenkin sivussa julkisesta mediataidekeskustelusta¹⁰⁶. Herääkin kysymys, miten kaikki se tietotaito, joka jo löytyy alalta, saadaan tuotua päivänvaloon ja mukaan alaa kehittävään keskusteluun?

Aiheesta kirjoitetussa kirjallisuudessa taiteilijoiden, tieteilijöiden ja insinöörien yhteisprojekteissa on löydetty potentiaalia. Muun muassa tieteen ja teknologian käyttöä taiteessa tutkivan Leonardo-julkaisusarjan päätoimittaja Roger Malinan mukaan monialaisten ryhmien erilaiset lähtökohdat ja tulokulmat voivat parhaimmillaan luoda hankkeisiin luovaa kitkaa, joka voi synnyttää odottamia tuloksia. Tämä voi johtaa nopeampiin tuloksiin ja parempiin ratkaisuihin¹⁰⁷.

Marikki Hakolalta löytyisi myös kiinnostusta tekniseen yhteistyöhön, jossa taiteilijan rooli avaisi uudenlaisia näkökulmia yhteistyökumppaneille.

”Mediataiteilijat pystyvät tuomaan kehittelyyn ideoita ja antamaan palautetta teknologiaa kehittäville insinööreille, joita ne ei itse koskaan keksisi, koska ne ei väärinkäytät laitteita sillä tavalla kuin taiteilijat.”¹⁰⁸

¹⁰⁵ Haaslahti 21.12.18

¹⁰⁶ Saari 2017

¹⁰⁷ Malina 2006, 16

¹⁰⁸ Hakola 5.11.2018

Haastattelemani taiteilija-yrittäjät näkivät ilmapiirin tieteen, teknologian ja taiteen väliselle yhteistyölle Suomessa suotuisana. Heidän mukaansa yhteistyömahdollisuuksia taiteilijoille on löytynyt. Kerätyn aineiston pohjalta hankkeita voidaan kuitenkin pitää yksittäisinä projekteina, jotka ovat perustuneet taiteilijoiden omiin verkostoihin ja henkilökohtaisiin kontakteihin. Verkkokyselyn mukaan vain kolme yrittäjää (19 %) ilmoitti tehneensä innovaatioihin liittyvää kehittäilytyötä oppilaitosten ja tutkimuslaitosten kanssa ja teknistä kehittelyä yritysten kanssa yhteistyötä oli tehnyt viisi yrittäjää (31 %). Kansainvälisten mallien mukaisia organisaatioita¹⁰⁹, jotka toimisivat yhdistävänä linkkinä taiteilijoiden, tutkimuslaitosten ja yritysten välillä, ja mahdollistaisivat pitkäjänteisen toiminnan kehittämisen, ei Suomessa ole tai niitä ei tunnistettu.

109 Waag (Amsterdam, Hollanti) <https://waag.org/en/about-us>
SciArt Center (NYC, Yhdysvallat) <https://www.sciartcenter.org/mission.html>
ZKM (Karlsruhe)

4. LOPUKSI

Viimeisessä luvussa teen yhteenvedon tutkielmani tuloksista ja vastaan tiivistetysti tutkimuskysymyksiini. Lopuksi arvioin työtäni, siihen liittyvää prosessia, aineistoni rajoituksia sekä teen ehdotuksen tulevaisuuden tutkimusaiheista.

4.1. Yhteenveto

Mitä on mediataideyrittäjyys ja millaiset toimintaedellytykset sillä on Suomessa?

Mediataideyrittäjyys on niukkaa, työlästä ja itsenäistä työtä – työtä, jota moni ei kuitenkaan vaihtaisi pois. Vaikka syy yrittäjäksi ryhtymiseen saattaa olla vaihtoehtojen puute, kuten keräämänni aineisto kertoo, niin haastattelemanı taiteilija-yrittäjät eivät nähneet omaa yrittäjyyttään niin haastavana, että olisivat vakavasti harkinneet yrittäjyydestä luopumisesta. Yrittäjyyden tuoma vapaus päättää omista tuotannoistaan ja taloudesta painaa vaakakupissa enemmän kuin yrityksen pyörittämiseen liittyvä byrokratia ja muu toiminta, joka vie aikaa pois luovasta työskentelystä. Yrittäjyyden koettiin lisäävän mahdollisuuksia kasvattaa tuotantohenkilöstöä, ottaa vastuullisempi rooli tuotannoissa, sekä myydä teoksia eteenpäin museoihin ja gallerioihin. Verkkokyselyyn osallistuneet näkivät tulevaisuuden siinä määrin positiivisena, että lähes 40 % prosenttia heistä suunnitteli kasvattavansa taidetuotantojen määrää tulevaisuudessa. Vain yksi vastaaja aikoi vähentää teosten määrää.

Taiteilijan rooli yrittäjänä on yhtä liukuva ja muotoaan muuttava kuin termi mediataide. Se elää taiteilijan kulloisenkin projektin mukaan. Isommat projektit vaativat enemmän hallinnallista työtä kuin toiset. Taiteilija-yrittäjä voi toimia johtotehtävissä isoissa verkostotuotantomallissa teoksissa, jolloin yritys palkkaa määräaikaisiin työsuhteisiin tekijöitä tai ostaa työn alihankintana. Hän voi tehdä myös yhden hengen tuotantoja vapaana taiteilijana, jolloin ainoana tulona on henkilökohtainen apuraha, jolloin yritystä ei tarvita. Niin kutsuttuina ”kuivina kausina”, kun teosten tuotantopäätöksiä vasta odotellaan tai ne ovat kariutuneet, taiteilija-yrittäjä muuttuu palkansaajaksi ja ryhtyy alan ulkopuolisiin työtehtäviin tai siirtyy toisen yrityksensä tehtäviin tekemään näyttelysuunnittelua, kalustevuokrausta ja -asennusta, viihdettä jne. Erilaiset vaiheet voivat myös limittyä toistensa kanssa. Aineistoni mukaan suomalaiset mediataiteilijat ovat ottaneet luontevan roolin yrittäjinä, joka muovautuu taiteilijan tarpeiden mukaan eri tilanteissa.

Taiteen tekeminen on äärimmäistä yrittäjyyttä. Yrittäjyyteen usein alan tutkimuskirjallisuudessa liitettävät attributit: luovuus, riskinotto-kyky ja vallitsevien konventioiden haastaminen, sopivat taiteilija-yrittäjyyden kuvaamiseen siinä missä ne sopivat myös muidenkin alojen yrittäjyyden kuvaamiseen. Erityisesti start-up -yrittäjyydellä on yhtymäkohtia taidekentän yrittäjyyteen. Taiteilija aloittaa jokaisen uuden taideprojektinsa tietämättä sen tulevaisuutta. Hän myy ideansa ensin rahoittajille ja sen jälkeen museoille, festivaaleille tai muille esittäville tahoille. Alan kilpailu on kovaa, eikä ole takeita, että jopa monta vuotta kehittelystä olleet ideat toteutuvat. Työ alkaa kantaa hedelmää vasta vuosien päästä, jos ollenkaan.

Tekemissäni haastatteluissa nostettiin esille, kuinka taidealan yrittäjyys on ”äärimmäistä yrittäjyyttä” johtuen yritystoiminnan epäkaupallisesta luonteesta, joka ei mahdollista taloudellisesti vakaata tilannetta. Taiteilijat korostivat myös taiteen ja luovan työskentelyn koskemattomuutta erillään taloudellisista seikoista; teoksen vaikuttavuutta tai onnistumista ei taidealalla voi mitata talouden mittareilla. Pienen budjetin teos voi puhutella yleisöä siinä missä ison budjetin teos.

Taidetta tehdään niukkuudessa. Keräämäni aineiston mukaan yrittäjät kokevat rahoituksen puutteen merkittävimpänä yritystoimintaa haittaavana tekijänä. Tätä mieltä oli yli 90% verkkokyselyyn vastanneista yrittäjistä. Kotimaiset apurahat olivat tärkein tulomuoto, kun taas kansainväliset apurahat olivat merkittäviä vain 25 %:lle vastaajista, vaikka 75 % heistä kertoi tekevänsä kansainvälisiä yhteistuotantoja.

Kansainvälisen tukien sijaan teosten myyntituotot ja ei-taiteellisesta työstä saatava tulo oli erittäin merkittävää yli 30 %:lle vastaajista ja merkittävää 10 %:lle. Lisärahoituksen tarve on alalla toimivien keskuudessa ilmeinen ja uusia rahoitusmuotoja kaivataan lisää. Liian vähäiset resurssit ja liiketoimintaosaamisen puute tekevät tehtävästä kuitenkin haasteellisen. Mediataidekentältä puuttuvat lähes täysin ammattimaisesti toimivat tuottajat, joiden rooli olisi tärkeä alan kehittämisessä, mm. markkinoinnissa ja kansainvälisissä yhteistyötuotannoissa. Nykyisellään taiteilijat, jotka usein toimivat yksinyrittäjinä, pystyvät palkkamaan tuottajia vain määräaikaisiin työsuhteisiin, jolloin alan tuotannollista erityisosaamista ei pääse kertymään myöskään tuottajille kovin helposti.

Lisää koulutusta! Tutkielmani aineisto osoittaa, kuinka alalla toimivat kaipaavat mahdollisuuksia lisäkoulutukseen yritystoimintansa parantamiseksi. Puolet verkkokyselyyn vastaajista ei ollut saanut minkäänlaista yrittäjäkoulutusta ja lähes 90 % oli kiinnostunut lisäkoulutuksen saamisesta. Päivitystä kaivattiin ensisijaisesti seuraavilta alueilta: kansainvälistyminen, markkinointi ja viestintä, yritysrahoitus, kirjanpito ja tilinpäätös sekä uudet teknologiat.

Koulutuksen järjestäjiksi nähtiin luontevimmin alan järjestöt ja oppilaitokset. Huolimatta siitä, että mediataidealan yritysten ja muiden alojen yritysten välillä koettiin olevan yhtäläisyyksiä, korostui aineistoissa kuitenkin taiteilijoiden näkemys mediataiteen erityislaadusta ja -asemasta myös yritystoiminnassa, joka asettaa kouluttajalle vaatimuksen alan tuotantokulttuurin vahvasta tuntemuksesta. Koulutuksen ja sitä kautta lisääntyvän liiketoimintaosaaminen koettiin parantavan taiteilijan uskottavuutta rahoittajien silmissä, sekä yrityksen mahdollisuuksia ottaa tuotantoon myös muiden taiteilijoiden teoksia.

Taideteos ei väänny tuotteeksi. Haastatteluiden kautta nousi esille myös taiteilijoiden pelko siitä, etteivät alan rahoittajat ja viranomaiset ymmärrä miten huonosti taide asettuu rengiksi taloudelliselle kasvulle, jota taas pidetään tärkeänä moottorina Luovassa taloudessa. Teosten monistettavuus ja lisenssien myynti saattavat sopia peliteollisuuteen, muttei taiteeseen. Taiteen istuttaminen valmiiseen muottiin edellytyksenä rahoituksen saamiselle tai yhteistyön syntymiselle istui myös huonosti mediataiteilijoiden pirtaan. Toisaalta taiteilija-yrittäjällä saattaa olla rinnakkain toinen yritys, jonka toimintaan kaupallinen ajattelu ja voiton tavoittelu sopivat paremmin. Tutkielman otantaryhmään mahtui myös tuotantoyhtiöitä, joille me-

diataiteen tuotanto on vain sivujuoni, jonka avulla laajennetaan omaa ammatillista osaamista tai autetaan paikallisia taiteilijoita.

Ovatko suomalaiset mediataideyrittäjät harjoittaneet tutkimus ja kehitys -toimintaa esimerkiksi yritysten, tutkimuslaitosten tai korkeakoulujen kanssa ja onko alalla tarpeita yhteistyön kehittämiseksi.

Tutkielmani osoittaa, että mediataideyrittäjillä on ollut yhteistyötä sekä yritysten että oppilaitosten kanssa. Yhteistyö ei tutkielmani haastatteluosuuksiin osallistuvien taiteilija-yrittäjien osalta ole ollut kuitenkaan kovin laajamittaista, vaan pikemmin kysymys on ollut yksittäisistä projekteista, jotka ovat perustuneet yrittäjien omiin verkostoihin. Hieman alle 40 % verkkokyselyn vastaajista ei nähnyt yhteistyötä kiinnostavana omalle toiminnalleen.

Aineiston mukaan taiteilija-yrittäjät pitivät ilmapiiriä Suomessa suotuisana yhteistyölle ja yli 40 % piti esimerkiksi oppilaitosten, korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa tehtävää yhteistyötä merkittävänä mediataiteen kentälle yleisesti. Yhteistyön muodoista koulujen kanssa merkittävämmäksi nousivat oppilaitosten tarjoamat lisäresurssit ja teosten tekninen kehittäminen (25 % vastaajista).

Yhteistyö, erityisesti yritysten kanssa, nosti esiin myös varautuneisuutta. Yritysten asettamia taloudellisia tavoitteita ja paineita vierastettiin sekä taiteilijan roolia hankkeen tai tuotteen loppusilauksen antajana ei pidetty merkittävänä. Yritysten kanssa oli kuitenkin tehnyt yhteistyötä 63 % vastaajista, muun muassa teosten näytteille asettamisessa. Merkittävänä yhteistyön muotona nousi esille myös taloudellinen yhteistyö.

Tekninen innovaatiokehittäminen sekä tutkijoiden että insinöörien kanssa olisi kiinnostavaa vain joillekin tutkielmani kohderyhmään kuuluneille tekijöille. Verkkokyselyyn vastanneista vain kolme yrittäjää (19 % vastaajista) ilmoitti tehneensä innovaatioihin liittyvää kehittäilytyötä oppilaitosten ja tutkimuslaitosten kanssa, kun yritysten kanssa yhteistyötä oli tehnyt viisi yrittäjää (31 % vastaajista). Olisiko kiinnostus suurempaan, jos mahdollisuuksia yhteistyöhön olisi tarjolla helpommin vai vastaako nykyinen tarjonta myös kiinnostusta? Suomesta ei löydy kansainvälisten mallien mukaisia yhteistyöhautomoja, jotka koordinoivat ja mahdollistavat taiteilijoiden, tutkijoiden ja insinöörien välisen yhteistyön. Yksittäisiä hankkeita kuitenkin löytyy muun muassa yliopistoista.

4.2. Pohdinta

Jo ennen kuin päätin pro gradu -tutkielmani aiheen keväällä 2018, olin aina silloin tällöin saanut mediataiteilijaystäviltäni pyyntöjä auttaa heitä tuotannollisissa tehtävissä heidän taideprojekteissaan. Töihin tarttumisen teki kuitenkin haasteelliseksi se, että minun odotettiin toimivan yrittäjänä. Koin tuolloin, ettei työtä olisi ollut riittävästi, eikä siitä olisi maksettu tarpeeksi, jotta minun olisi ollut taloudellisesti järkevää perustaa omaa tuotantoyhtiötä tai toimia toiminimellä.

Keväällä 2018, tutkielmani alkuvaiheessa, olin juuri aloittanut työt Fantomatico Oy:ssä palkattuna tuottajana puolen vuoden projektissa, jossa pyrittiin parantamaan yrityksen tuotanto-osaamista muun muassa kartoittamalla kansainvälisiä yhteistyö- ja rahoitusmahdolli-

suuksia mediataiteelle. Pääsin siten siis näköalapaikalle mediataidetta tuottavaan yritykseen ja etsimään vastausta kysymyksiini, joita olin jo pidemmän aikaa miettinyt; miten mediataiteilijat, joilla on oma yritys, kokevat yrittäjyyden ja miten pienin apurahoin toimivat yritykset pysyvät Suomessa pystyssä?

Lähdin kartoittamaan aluetta tutustumalla ensin opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisemiin raportteihin taiteilijoiden toimeentulosta. Myös Cuporen ja Taiteen edistämiskeskuksen selvitykset antoivat erittäin hyvää taustatietoa aiheesta, vaikka useat toimeentuloa ja yrittäjyyttä koskevat raportit eivät käsitelleet mediataidetta. Mediataiteilijoiden yrittäjyydestä ei löytynyt juurikaan materiaalia.

Tämä ei kuitenkaan haitannut tutkielman tekemistä, sillä valtaosin raportit toivat esille tietoa, joka kattaa koko taidealan toimijat. Jokaisella taiteen alueella on kuitenkin myös omat tuotannolliset erikoispiirteensä, johtuen esim. tuotantovälineistä ja levityksestä, jonka vuoksi päätin keskittyä työssäni nimenomaan mediataidekenttään, joka itselleni oli tuossa vaiheessa työnikin kautta kaikista läheisin.

Tutkielmaani varten keräämä aineisto tukee hyvin jo aiemmin julkaistuja kirjallisia lähteitä. Koen, että työni suurin merkitys on koota ensimmäistä kertaa yhteen, kirjalliseen muotoon, alan toimijoiden näkemykset yrittäjyydestä ja sen toimintakulttuurista Suomessa. Prosessin aikana saamani palaute on ollut kannustavaa ja alalla toimivillekin aihe on tuntunut mielenkiintoiselta. Olen tutkielmani kautta kasvattanut myös entistä suuremman arvostuksen mediataiteen kentällä toimivia yrittäjiä kohtaan. Nämä ovat osoittaneet kekseliäisyydellään ja uskomattomalla stressinsietokyvyllään todellista yrittäjyyshenkeä. Henkeä, joka vaatii kantia, ja jota ei meistä kaikista löydy.

Mediataidealaan kohdistuu tällä hetkellä kiitettävästi huomiota. Framen viime kesänä julkaiseva Uuden etsijä, rajojen rikkoja -selvitys ja sen myötä käynnistynyt strategiatyö antavat alalle toivoa. Aika näyttää onko kymmenen vuoden välein julkaistavalla raportilla merkitystä alalle ja millaisia pysyviä parannuksia se tuo tullessaan. Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittama ja AVEKin jakama Mediaratatuki antaa kuitenkin vahvan signaalin, että muutostarve on huomattu valtionhallinnossa asti.

Työni kautta on käynyt ilmi, että parannusta kaipaavia asioita alalla olisi helppo nimetä useampiakin, mutta haluaisin tuoda esiin ja korostaa erityisesti yrittäjien puutteellisen liiketoimintaosaamisen, johon mielestäni tulisi tarttua. Lisäämällä yrittäjyyskoulutusta alalle parannettaisiin koko alan toimintaedellytyksiä. Yhtenäinen, vahva tuotantokulttuuri sisältää muun muassa yhdenmukaisen sopimuskäytännön, mukaan lukien IP-oikeuksien hallinnan, sekä tarjoaa mahdollisuuksia kotimaisten ja kansainvälisten yhteistuotantojen tekoon ja parantaa suomalaisten teosten näkyvyyttä niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin vahvemman markkinointi- ja viestintäosaamisen kautta. Tämä kaikki olisi tärkeää myös yrittäjien jaksamisen ja työmotivaation kannalta, sillä lienee epätodennäköistä odottaa kovin suuria muutoksia taiteen rahoituksen kasvuun, jonka kautta alalle pääsisi kehittymään myös vahvempi tuottajakulttuuri.

Koska työni aineisto käsittää vain ”kourallisen” mediataidekentällä toimivista yrittäjistä, en voi väittää työni esittelevän alan yrittäjyyttä kaiken kattavasti. Audiovisuaalisen kulttuu-

rin edistämiskeskus AVEKin tuotantoneuvoja Tuuli Penttinen-Lampisuo arvioi alalla toimivan n. 30–40 yritystä ¹¹⁰. Mediataiteen määrittelyn vaikeus asetti haasteita itselleni määrittelyä tutkielmassani käytettävää otantaa ja löytää kaikki alalla toimivat yritykset. Esimerkiksi biotaide ja hacktivismi, jotka luetaan osaksi mediataidetta, rajautuvat nykyisessä otannassa ulos. Kentän tarkempi kartoitus ja määrittely voisi auttaa alasta tehtävää tutkimusta, mutta myös alan toimijoita verkostoitumaan paremmin ja ajamaan alan kehitystoimia suuremmalla määrällä ääniä.

Koska mediataiteen kentältä on tehty vain vähän tutkimusta Suomessa, niin uusia tutkimusaiheita riittää kaikille jotka ovat aiheesta kiinnostuneita. Esimerkkeinä mainittakoon muun muassa tuotantoyhtiöiden kansainvälinen toiminta, erityisesti yhteistuotannot ja kansainvälinen rahoitus ovat lisäselvitystä kaipaava alue. Laajempi kartoitus mediataidekentällä tehtävästä teknisestä kehittelystä ja innovaatioista sekä näiden hyödyntämismahdollisuuksista voisi auttaa alan ulkopuolisia näkemään mahdollisen potentiaalin, joka alalla on. Kolmas aihe on nuorten, vielä mediataidealaa opiskelevien näkemys tulevasta työstään alalla, millaisia odotuksia ja ajatuksia heillä on. Löytyisikö tätä kautta uusia näkökulmia alan toimintaedellytysten parantamiseksi?

109 Penttinen-Lampisuo 15.1.2019

LIITE NUMERO 1:

10.9.2018 mediataidetta tuottaville yrityksille lähetetyn verkkokyselyn kysymykset.

1. PERUSTIEDOT

- Yrityksen nimi
- Yritysmuoto
- Yrityksen perustamisvuosi
- Yrityksen alueellinen sijoittuminen
- Yrityksen henkilöstömäärä
- Yrityksen ensisijainen toimiala
- Onko yritykselle tehty liiketoimintasuunnitelma
- Yrityksen yhteenlaskettu liikevaihto viimeiseltä kolmelta päättäneeltä tilikaudelta
- Valmistuneiden taidetuotantojen määrä vuosina 2015-2018
- Kehittelyssä ja tuotannossa olevien teosten määrä tällä hetkellä
- Tuottaako yritys omistaja-taiteilijoiden / ulkopuolisten taiteilijoiden teoksia
- Yrityksen tuottamat mediataidemuodot

2. RAHOITUS

- Kuinka merkittäviä eri tulolajit ovat yritykselle

LIIKETOIMINTA JA KOULUTUS

- Onko yrityksellä suunnitelmissa kasvattaa / vähentää / pitää tuotantojen määrä samana tulevana vuosina
- Mitkä ovat merkittävät esteet yrityksen liiketoiminnan kannalta
- Onko yritystoiminta päätoimista / sivutoimista
- Yrityksen perustamissyys
- Arvioi kuinka suuri %-osuus tuotantoon käytettävästä ajasta kuluu taiteelliseen työskentelyyn / yrityksen hallinnollisiin tehtäviin / projektin johdollisiin tehtäviin
- Onko yrityksessä tarvetta lisäkoulutukselle yritystoiminnan pyörittämisestä
- Miltä alueilta lisäkoulutusta tarvitaan
- Oletko saanut yrityskoulutusta
- Taidealojen yrittäjille suunnatun koulutuksen tarjonnan riittävyys

3. YRITYS- JA OPPILAITOSYHTEISTYÖ

- Tekeekö yritys yhteistyötä korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa
- Yhteistyön muodot
- Kuinka merkittävänä yritys näkee yhteistyön korkeakoulujen ja tutkimuslaitosten kanssa
- Kuvaile kokemuksiasi yhteistyöstä lyhyesti
- Yhteistyön muodot yritysten kanssa

- Kuinka merkittävänä yritys näkee yhteistyön toisten yritysten kanssa
- Kuvaile kokemuksiasi yhteistyöstä lyhyesti
- Onko yritys hakenut tekniseen kehittelyyn tai tutkimustoimintaan apurahaa AVEKista/
Business Finlandilta/muualta
- Onko yritys hakenut tekniseen kehittelyyn tai tutkimustoimintaan lainarahoitusta tai
muuta kuin apurahaa
- Syyt miksi yritys ei ole saanut tai on jättänyt hakematta rahoitusta tekniseen kehittelyyn

4. KANSAINVÄLINEN TOIMINTA

- Yrityksen kansainvälinen toiminta
- Yritys on hakenut rahoitusta kansainvälistymiseen Business Finlandilta/Finnveralta/
ELY-keskukselta/muualta

LIITE NUMERO 2:

Yrittäjille tehdyn haastatteluiden strukturoidut, temaattiset väitteet, jotka esitin yrittäjille haastattelun aikana. Väitteet on poimittu Kauppa- ja teollisuusministeriön julkaisusta: Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015.

1. LUOVA YRITTÄJYYS

1.1. Luovilla aloilla yrittäjyys koetaan liian vaivalloiseksi tai riskialttiiksi. Kaupallisuuden vastaisuus voi myös rajoittaa yrittäjäksi ryhtymistä.

1.2. Suomalaisia motivoi yrittäjyyteen halu ”olla oman itsensä pomo”, mikä voi stimuloida luovien alojen ihmisiä. Toisaalta tämä ajattelutapa on ristiriidassa kasvuyrittäjyyden kanssa ja voi rajoittaa sen syntymistä.

1.3. Osa luovien alojen yrittäjistä on mieltänyt tavoitteekseen sen, että työllistää itsensä, mutta ei enempää.

1.4. Kaikkien alojen yrittäjyys lähestyy luovien alojen yrittäjyyttä.

2. VERKOSTOT

2.1. Reilu yhteistyö ja yhteisöllisyys ovat luovien alojen yritysten keskeinen arvo.

2.2. Luovien toimialojen yrittäjien tukena on ammattimainen asiantuntijaverkosto. Verkosto koostuu sekä julkisen että yksityisen sektorin toimijoista.

2.3. Luovilla aloilla on paljon erilaista osaamista, jota riittävän hyvin yhdistämällä on mahdollista saada aikaan myös uudenlaista liiketoimintaa.

2.4. Erilaisten alueellisten ja paikallisten hankkeiden tulee luoda tiivis yhteistyö omalla alueellaan luovan alan yrittäjyyden vahvistamiseksi.

2.5. Verkostoituminen myös muiden toimialojen kanssa on olennaista luovien alojen yrityksille, sillä luovien alojen yrityksillä on runsaasti liittymäkohtia muiden toimialojen yritystoimintaan.

3. LIIKETOIMINTAOSAAMINEN JA KOULUTUS

3.1. Osa luovien alojen yrityksistä toimii jo kansainvälisillä markkinoilla, kuten esimerkiksi pelialan yritykset. Ne ovat luoneet omista lähtökohdistaan käytäntöjä, jotka on sovellettavissa myös muille luovien alojen osa-alueille.

3.2. Luovilla aloilla liiketoimintaosaamisessa on selkeitä puutteita, jotka liittyvät esimerkiksi talousosaamiseen ja markkinointiin.

3.3. Vaikka suomalaisten luovien alojen yritysten liiketoimintaosaamisessa onkin vielä puutteita, on systemaattisella koulutuksella ja konsultoinnilla mahdollista saada aikaan hyviä tuloksia.

3.4. Osa luovien alojen yrittäjyyden kehittämiseen liittyvistä hankkeista ei ole toteutunut, koska mikään toimija ei ole tähän mennessä ottanut riittävää kansallista vastuuta alan kehittamisestä.

4. RAHOITUS

4.1. Osa yrityksille suunnatuista rahoitusmahdollisuuksista ei sovellu luovien alojen mikro- ja pk-yritysten kehittämiseen.

4.2. Lainarahoitus on yrityksille yleensä mahdollinen, mikäli liiketoimintasuunnitelma on kunnossa.

4.3. Tarvitaan rahoitusmuotoja prototyyppien, demojen ja tuotetestausten tekemiseen.

4.4. Haasteena on kansainvälisen rahoitustahojen tunnistaminen ja kattavuus Suomen kannalta.

5. TUOTE-/TEOSKEHITTELY JA INNOVAATIOTOIMINTA

5.1. Luovien toimialojen yritykset ovat muuttuvassa globaalissa taloudessa innovatiivisten prosessien ja projektien suunnannäyttäjiksi.

5.2. Monet perinteiset luovien alojen osa-alueet, kuten kuvataide, musiikki, tanssi ja teatteri tulevat kasvamaan entistä merkittävimiksi esimerkiksi matkailun ja hyvinvoinnin uusissa palvelutuotteissa ja -konsepteissa.

5.3. Suuri haaste on oppia ymmärtämään ja suvaitsemaan erilaisia, innovatiivisia näkemyksiä – kannustaa niitä ja yhdistää näihin prosesseihin laadukas teknologinen ja muu hyvä teollinen osaaminen.

5.4. Luovien alojen ja teknologiayritysten välillä on vielä paljon hyödyntämättömiä osa-alueita.

5.5. Luovien alojen haasteena on luoda mekanismeja, joilla pystytään hillitsemään luvattoman sisältöjen käytön kasvua.

Henkilökohtaiset haastattelut:

Maija Blåfield, Häivekuva Oy, Helsinki 5.11.2019
Hanna Haaslahti, Fantomatico Oy, Helsinki 21.12.2018
Marikki Hakola, Kroma Productions Oy, Helsinki 5.11.2019
Eila Ranta, Yle TV1:n yhteistuotantojen päällikkö 1990-2003, Helsinki 31.1.2019
Kati Åberg, AV-arkki, Helsinki 8.1.2019

Sähköpostihaastattelut:

Maria Gullsten, Flatlight Creative Oy, 11.12.2018
Tuuli Penttinen-Lampisuo, AVEK, 15.1.2019

Sähköiset ja kirjalliset lähteet:

Bonnafeous-Boucher, Maria, Raphael Cuir & Marc Parthouche (2011). *The new and the challenge of the market or the non-instrumental function of creation*. Teoksessa *Art Entrepreneurship*. Scherdin, Mikael, Zander, Ivo (toim.) Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 23-49.

Brunila, Anne & työryhmä (2017). *Luova talous ja aineettoman arvon luominen kasvun kärjiksi*. Opetus ja kulttuuriministeriön julkaisuja, 2017:18, Helsinki.

Glezos, Simon (2010). *Creative Destruction Versus Restrictive Practices: Deleuze, Schumpeter and Capitalism's Uneasy Relationship with Technical Innovation*. Teoksessa *Code Drift. Essays in Critical Digital Studies*. Toim. Arthur and Marilouise Kroker. NWP, CTheory Books, Victoria, Canada, 345-372.

Hausmann, Andrea & Anne Heinze (2016). *Entrepreneurship in the Cultural and Creative Industries: Insights from an Emerging Field*. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*. Volume 5, Issue 2, 7-22.

Hirvi-Ijäs, Maria, Kaija Rensujeff, Sakarius Sokka & Eero Koski (2018). *Taiteen ja kulttuurin barometri 2017*. Nuoret taiteentekijät. Kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus. Cuporen verkkojulkaisuja 47. Helsinki.

Hägg, Outi (2011). *Yrittäjyysvalmennus ja yrittäjäidentiteetti*. Tampereen Yliopistopaino – Juvenes, Tampere.

Krysa, Joasia, Jussi Parikka & Erkki Kurenniemi (2015). *Writing and Unwriting (Media) Art History : Erkki Kurenniemi in 2048*. Leonardo / International Society for Arts, Sciences and Technology (ISAST). MIT Press, USA.

Lindqvist, Katja (2011). *Artist entrepreneurs*. Teoksessa *Art Entrepreneurship*. Scherdin, Mikael, Zander, Ivo (toim.) Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 10-16.

Malina, Roger (2006). *Welcoming Uncertainty: The Strong Case for Coupling Art to Science and Technology*. Teoksessa *Artists in Labs. Processes of Inquiry*. Toim. Jill Scott. Springer-Verlag. Wien, 15-23.

Muikku, Jari (2018). *Uuden etsijä, rajojen rikkoja. Selvitys suomalaisen mediataiteen menestyksen edellytyksistä*. Frame Contemporary Art Finland & Digital Media Finland Oy.

Mäkelä, Asko (2013) *Mediataiteen mahdollisuudet. Selvitys mediataiteesta*. Opetusministeriö, Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2009:13, Helsinki.

Mäkelä, Tapio & Minna Tarkka (2002). *Mediataide. Kotimaiset toimijat ja kansainväliset mallit*. Opetusministeriö, Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osaston julkaisusarja, nro 8/2002, Helsinki.

Poorsoltan, Keramat (2012). *Artists as Entrepreneurs*. Julkaistu teoksessa *International Journal of Entrepreneurship*, volume 16. DreamCatchers Group, LLC, USA, 77-94.

RensuJeff, Kaija (2015 [2010]). *Taiteilijan Asema 2010. Taiteilijakunnan rakenne, työ ja tulonmuodostus*. 2. painos, Taiteen edistämiskeskus, Helsinki.

Ruotsalainen, Susanna (2018). *Mediataide lyö säröjä median pintaan*. Voima -lehden blogikirjoitus, julkaistu 16.5.2018. Luettu 20.8.2018. <http://voima.fi/blogi-kirjoitus/2018/mediataide-lyo-saroja-median-pintaan/>

Rush, Michael (1999). *New Media in Late 20th-Century Art*. Thames & Hudson, London, 7-33.

Saari, Teppo (2017). *Ekstrovertti hakkerisukupolvi: hakkeritilat ja hacktivismi*. Kapitaali.com, julkaistu 27.10.2017. Luettu 25.3.2019. <https://kapitaali.com/ekstrovertti-hakkerisukupolvi-hakkeritilat-ja-hacktivismi/>

Scherdin, Mikael & Ivo Zander (2011). *Art entrepreneurship: an introduction*. Teoksessa *Art Entrepreneurship*. Scherdin, Mikael, Zander, Ivo (toim.) Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 1-9.

Shanken, Edward A. (2006). *Artists in Industry and the Academy: Collaborative Research, Interdisciplinary Scholarship, and the Interpretation of Hybrid Forms*. Teoksessa *Artists in Labs. Processes of Inquiry*. Toim. Jill Scott. Springer-Verlag, Wien, 8-14.

Sheridan, Jennifer G. (2014). *Digital Arts Entrepreneurship: Evaluating Performative Interaction*. Teoksessa *Interactive Experience in the Digital Age. Evaluating New Art Practice*. Candy, Linda, Ferguson, Sam (toim.) Springer, Switzerland, 243-257.

Schumpeter, Joseph A. (1994 [1943]). *Capitalism, Socialism & Democracy*. Routledge, London, 81-86

Tarjanne, Petra & Kirsi Kaunisharju (2007). *Luovien alojen yrittäjyyden kehittämisstrategia 2015*. Kauppa ja teollisuusministeriö. KTM Julkaisuja 10/2007, Helsinki.

Wennekers, Sander & Roy Thurik (1999). *Linking Entrepreneurship and Economic Growth*. Artikkel Small Business Economics -julkaisussa. Erasmus University Rotterdam, Hollanti.

UNCTAD (2004). *Entrepreneurship and Economic Development: The Empretec Showcase*. United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD/WEB/ITE/TEB/2004/3, Geneve.

Åberg, Kati (2016). *Strategia mediataiteen pitkäaikaisarkistointiin*. Hankkeen lopuraportti 2/2016. Opetus- ja kulttuuriministeriö, AV-arkki, Helsinki 2016. Luettu 24.3.2019. <https://docplayer.fi/47666939-Strategia-mediataiteen-pitkaaikaisarkistointiin.html>

KIITOS

Maija Blåfield
Hanna Haaslahti
Marikki Hakola
Maria Gullsten
Tuuli Penttinen-Lampisuo
Eila Ranta
Kati Åberg

Krista Kosonen
Matti Niinimäki

Tiina Kujala

Perhe ja ystävät